

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I



**LA TDT EN LA COMUNIDAD DE MADRID:
MOTOR DEL CAMBIO DE LAS TELEVISIONES
LOCALES.**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

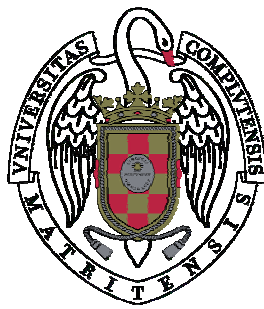
Raquel Vinader Segura

Bajo la dirección del doctor

Hipólito Vivar Zurita

Madrid, 2010

- ISBN: 978-84-693-3371-6



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD I

**La TDT en la Comunidad de Madrid: motor del
cambio de las televisiones locales**

TESIS DOCTORAL

Autora: Raquel Vinader Segura

Director: Dr. Hipólito Vivar Zurita

Madrid, septiembre de 2009

Índice

1. Introducción.....	11
1.1. Justificación del tema	12
1.2. Objeto de estudio	16
1.3. Metodología.....	17
1.3.1.El Método Delphi	20
1.4. Planteamiento de la hipótesis.....	28
1.5. Fuentes bibliográficas	30
 2. La Televisión Local en España.....	35
2.1. Antecedentes: la televisión local analógica (1981-2003).....	37
2.1.1.Evolución histórica.....	37
2.1.1.1. La televisión local en el contexto internacional	37
2.1.1.2. La televisión local en España	45
2.1.2.Modelos de televisión	50
2.1.2.1. Televisión Comunitaria o Alternativa.	53
2.1.2.2. Televisión Pública	53
2.1.2.3. Televisión Comercial	54
2.1.3. Funciones de la televisión local.....	60
2.1.4. Sistemas de financiación.....	63
2.1.5. Programación.....	67
2.1.6. Audiencias.....	70
2.1.7.Problemática legal.....	79
2.1.7.1. Intentos fallidos de regulación.....	80
2.1.7.2. La Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres	84
2.1.7.3. El limbo regulatorio	92
2.1.8.Las Asociaciones de televisión local.....	98
2.1.8.1. Los inicios del asociacionismo.....	100
2.1.8.2. Modelos de asociaciones de televisión local	103
2.1.8.2.1. Asociaciones Gremiales.....	106
2.1.8.2.2. Modelo regional o cooperativo	110
2.1.9.La entrada de los grupos de comunicación	114

2.1.9.1. Localia TV	119
2.1.9.2. Popular TV	123
2.1.9.3. Vocento	125
2.1.9.4. Grupo Telecinco	129
2.1.9.5. Grupo Planeta	131
2.1.9.6. Grupo Prensa Ibérica	133
2.1.9.7. Otros grupos de comunicación	135
2.2. Televisión local digital (2003-actualidad)	136
2.2.1. La llegada de la digitalización	137
2.2.2. El marco normativo de la Televisión Digital Terrestre Local	142
2.2.3. Políticas de implantación de la TDT en el ámbito local	155
2.2.3.1. Modelo de negocio	158
2.2.3.2. Problemas en la transición digital	161
2.2.3.3. Políticas de implantación	163
2.2.3.3.1. Proyectos pilotos ante el apagado analógico	165
3. La televisión local en la Comunidad de Madrid	175
3.1. Antecedentes	177
3.1.1. Canal 7 Televisión	182
3.1.2. Canal 33	183
3.1.3. Canal 39- TVL	184
3.1.4. Canal 53	184
3.1.5. Canal Norte TV	185
3.1.6. Localia TV	185
3.1.7. Navalvisión	185
3.1.8. Telecoslada	186
3.1.9. Tele Cuatro Caminos	186
3.1.10. Tele K	187
3.1.11. Telepozuelo	188
3.1.12. Tele Rivas y Tele Sureste	188
3.1.13. TMT – Popular TV	189
3.1.14. TV Corredor del Henares	189
3.1.15. TVerbo	190
3.1.16. Otras televisiones locales	190

3.2. La llegada de la televisión digital terrestre	191
3.2.1. Madrid y el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local.....	191
3.2.2. El concurso de adjudicación	194
3.2.2.1. Las empresas adjudicatarias.....	210
3.2.2.1.1. 8Madrid TV	210
3.2.2.1.2. Iniciativas Radiofónicas y de Televisión	211
3.2.2.1.3. Libertad Digital TV	212
3.2.2.1.4. Uniprex TV	213
3.2.2.1.5. Unedisa Telecomunicaciones	213
3.2.2.1.6. Kiss TV	214
3.2.2.1.7. Intereconomía TV	214
3.2.3. La reorganización: cese de las emisiones analógicas.....	217
3.2.3.1. El papel del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid.	218
2.2.3.1.1. Los Consejos Audiovisuales en España	218
2.2.3.1.2. El Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid	220
3.2.3.2. Cierre Localia TV	223
3.2.3.3. Madrid Digital Terrestre.....	227
 4. Cuestionario Delphi: Análisis de resultados	231
4.1. Análisis del cuestionario Delphi:.....	233
4.2. Interpretación de los resultados	242
 5. Conclusiones finales: validación de la hipótesis.....	293
5.1. Discusión.....	307
 6. Referencias bibliográficas.....	313
6.1. Libros	315
6.2. Legislación	320
6.2.1. Normativa nacional.....	320
6.2.1.1. TDT Cobertura Nacional.....	320
6.2.1.2. TDT Cobertura Local	326
6.2.2. Normativa de la Comunidad Autónoma de Madrid.....	327
6.2.2.1. Televisiones locales de gestión PÚBLICA	327
6.2.2.2. Televisiones locales de gestión PRIVADA	327
6.2.3. Otras normas de interés:.....	328
6.3. Publicaciones en serie	329

6.3.1. Revistas científicas	329
6.3.2. Prensa y revistas especializadas	330
6.4. Informes	336
6.5. Recursos Web	337
7. Anexos	341
7.1. Anexo I: Carta de invitación para experto	343
7.2. Anexo II: Formulario para la asignación de código de experto	345
7.3. Anexo III Modelo de encuesta. Ronda 1	347
7.4. Anexo IV: Modelo de encuesta Ronda 2.	354
7.5. Anexo V: Resultados finales de la investigación.	387
7.6. Anexo VI: Orden 3019/2004, de 19 de noviembre.	395
7.7. Anexo VII: Orden 298/2005, de 5 de agosto.	405
7.8. Anexo VIII: Sentencia del Tribunal Superior de Justicia nº 2326, de 26 de noviembre de 2008.	409

Índice de gráficos y tablas

Gráfico 1: Clasificación de expertos por sector profesional.....	23
Gráfico 2: Experiencia profesional de los expertos participantes.....	23
Gráfico 3: Clasificación de expertos por titulación.	24
Gráfico 4: Relación de expertos participantes..	25
Ilustración 5: Diseño de la Metodología Delphi empleada en la investigación desarrollada	27
Gráfico 6: Evolución del número de televisiones locales en España (1999-2002)	73
Ilustración 7: Número de televisiones locales por Comunidad Autónoma.	74
Gráfico 8: Evolución de la cuota de pantalla de las televisiones locales (2003-2008)....	75
Tabla 9: Share de las cadenas por franjas horarias en el año 2008 Total España.....	76
Gráfico 10: Perfil del espectador local según el sexo.	77
Gráfico 11: Perfil del espectador local según la edad	77
Gráfico 12: Perfil del espectador local según la clase social.	77
Gráfico 13: Constitución de emisoras locales de televisión en España (1980-2002).....	96
Gráfico 14: Expedientes sancionadores abiertos a las televisiones locales por la Administración.	97
Tabla 15: Relación de asociaciones de televisión local en España	105
Ilustración 16: Mapa de emisoras de Localia TV.	119
Ilustración 17: Red de emisoras de televisiones locales de Popular TV y su sistema de difusión	124
Ilustración 18: Cabeceras de prensa diaria del Grupo Prensa Ibérica.	133
Ilustración 19: Emisoras de radio y televisión del Grupo Prensa Ibérica.	134
Ilustración 20: Mapa de coberturas diseñado por el PTNTDTL (RD 439/2004, de 12 de marzo).	144
Tabla 21: Distribución de demarcaciones y canales múltiple por Comunidad Autónoma.....	146
Ilustración 22: Mapa de coberturas diseñado por el PTNTDTL (RD 2268/2004, de 3 de diciembre).	147
Gráfico 23: Comparativa TVL existentes y programas de TDT atribuidos por Comunidad.	157
Ilustración 24: Proyecto Soria TDT.	166
Gráfico 25: Programa de ayudas Soria TDT para la adaptación a la TDT.....	167
Gráfico 26: 1ª convocatoria del plan de subvenciones SoriaTDT..	168
Gráfico 27: 2ª convocatoria del plan de subvenciones SoriaTDT.	168

Ilustración 28: Plan de Comunicación Soria TDT.....	169
Ilustración 29: Proyecto Alcázar Digital TDT.....	171
Gráfico 30: Emisoras de televisión local en la Comunidad de Madrid.	181
Ilustración 31: Diseño demarcacional del la Comunidad de Madrid.	192
Gráfico 32: Comparativa TVL existentes y programas de TDT atribuidos por Comunidad Autónoma.....	193
Tabla 33: Garantías provisionales consignadas para el concurso.....	197
Gráfico 34: Empresas adjudicatarias de las licencias de TDT en la Comunidad de Madrid.	206
Tabla 35: Reparto de la TDTL en Madrid por tamaño del mercado-audiencia.	208
Ilustración 36: Campañas de promoción de Madrid TDT.	228
Ilustración 37: Campañas de promoción de Madrid TDT.	229

1.Introducción

1.1. Justificación del tema

El pasado 1 de enero de 2008 era la fecha establecida por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, aprobado por el RD 2268/2004, para el cese de las emisiones analógicas de televisión local. Se decide así acabar con la caótica situación en la que estaba sumida la televisión local española por la falta de aplicación de una norma específica para el sector, la ley 41/1995, de televisión local por ondas terrestres. Una ley que nunca pudo ser aplicada ante la inexistencia de un Plan Técnico que permitiera a las Comunidades Autónomas obtener las pertinentes frecuencias y convocar los concursos de adjudicación.

Tras casi treinta años en el limbo regulatorio (Prado, 2004), el gobierno del Partido Popular decide al final de su legislatura abordar el complicado proceso de normalización de este sector. Pero, en lugar de desarrollar la planificación de frecuencias que permitiera el cumplimiento de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres, el Gobierno decide aprovechar la tecnología digital para abordar la reorganización de este sector. De esta manera, y mediante una ley de acompañamiento, Ley 53/2002 de Medidas Urgentes del Orden Administrativo, Económico y Social, decide que la televisión local será necesariamente digital o no será. Por tanto, la transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) es, para las televisiones locales, mucho más que una transición tecnológica, más que la sustitución en el sistema de transmisión de la señal televisiva; es, polémicas aparte, la anhelada normalización del sector.

Aprobado el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local (PTNTDTL)¹, modificado posteriormente por el gobierno socialista para dar servicio a nuevas demarcaciones e introducir nuevos canales múltiplex, se fija la fecha de apagado de las emisiones analógicas de televisión local el primer día de enero de 2008, obligando, de esta forma, a las emisoras, sumidas en

¹ Real Decreto 439/2004 que será modificado por el Real Decreto 2268/2004.

una situación económica precaria, a ser locomotoras en la implantación de las emisiones digitales de televisión terrestre en nuestro país.

Sin embargo, el panorama que se presenta es significativamente diferente dado el incumplimiento reiterado de los plazos establecidos por la normativa. A día de hoy, las emisiones de televisión local analógica no sólo no han cesado sino que todavía hay Comunidades, como Cantabria, Castilla y León, Extremadura o La Rioja, que no han resuelto los concursos de adjudicación de las licencias de televisión digital local².

Analizados los concursos resueltos a día de hoy constatamos una realidad en prácticamente todas las Comunidades, y es que los gobiernos autonómicos se han servido de estas licitaciones para transformar el panorama empresarial de las televisiones locales, favoreciendo a las empresas afines a su línea ideológica, y haciendo que televisiones 'históricas' –aquellas que emitían con anterioridad a la aprobación de la Ley de 1995- como TV Cardedeu, considerada como la primera televisión local en España, no estén presentes en un nuevo escenario digital (Corominas, 2007). Muchas de estas televisiones pioneras en el sector se encuentran abocadas a desaparecer, bien por no poder reunir los requisitos que se solicitan en las bases de las licitaciones, bien por no haber obtenido la oportuna concesión digital frente a los proyectos presentados por los grandes grupos de comunicación, sin ningún tipo de experiencia en la mayor parte de los casos en el ámbito local.

La TDT es, por tanto, más que un cambio de tecnología, es una herramienta aprovechada por las administraciones para acometer un cambio en el tejido empresarial de un sector profundamente inestable, carente de un marco normativo suficiente para el desarrollo económico del mismo, y en el que el modelo comunicativo cercano al ciudadano y su entorno dejará paso a otro regido por la lógica comercial. La entrada de los grupos de comunicación, favorecidos en los concursos de adjudicación de la TDT local, rompe con el modelo de proximidad de estas llamadas televisiones históricas,

² Ver http://mundoplus.tv/zonatdt/canales_tdt_locales.php (consultada 07/09/09).

ofreciendo a los espectadores la traslación de sus modelos generalistas a un ámbito de cobertura restringido. Para Carlos Calvo de ACUTEL (Asociación de Televisiones Locales de Andalucía), “no existe para las televisiones locales la continuidad sino el recomenzar”³.

Esta ruptura del modelo de proximidad puede considerarse ya implícita en el diseño del mismo PTNTDTL, puesto que éste amplía la cobertura, desde el ámbito estrictamente municipal considerado por la Ley 41/1995, a la demarcación, es decir, a un territorio que engloba varias localidades. “Es el adiós a la televisión local que dará paso a la comarcal, con sesgo no disimulado generalista” (Teleinforme: 34)

Este nuevo diseño del sector supone además la preeminencia de un modelo de negocio comercial frente al modelo de televisión pública auspiciada por la nunca aplicada Ley Televisión Local por Ondas Terrestres. Mientras que esta norma otorgaba el protagonismo al sector público, al establecer la gestión directa de una única concesión por municipio – en casos excepcionales se podría establecer una segunda licencia de gestión privada-, el Plan Técnico disminuye la proporción de emisoras públicas y privadas al reservar un único programa para la gestión directa por parte de aquellos ayuntamientos que así lo solicitaran en los plazos establecidos. Los restantes tres programas quedarían reservados para la iniciativa privada previo concurso de adjudicación. Sólo en algunas Comunidades como Cataluña y Andalucía se han habilitado canales múltiplex con distinta proporción: dos programas digitales públicos por dos privados.

Este hecho supone una nueva quiebra en el modelo de televisión de proximidad, desplegado principalmente por las televisiones municipales o comunitarias y que, a partir de este momento, quedará en principio reducido a las emisiones de las televisiones locales de titularidad pública, dejando a las cadenas privadas la comercialización intensiva de las emisiones locales.

³ CALVO CONDE, Carlos. Sobre la televisión local. En: <http://www.webmujeractual.com/noticias/tvlocal.htm>

Se abre así un nuevo escenario en el que unas poco más de mil emisoras locales (públicas y privadas) competirán por un pedazo de la tarta publicitaria y que, unido a la multiplicidad de operadores existentes en el mercado nacional y autonómico de televisión, podrá no ser suficiente para el mantenimiento de todos los nuevos licenciatarios. Ante este difícil panorama las televisiones locales deben idear fórmulas que les permitan competir con las cadenas pertenecientes a los grandes grupos de comunicación que trasladan estratégicamente su modelo de comunicación generalista a este ámbito de cobertura reducido. De esta forma, parece que unos contenidos originales, cercanos a los intereses de los ciudadanos, y por qué no los servicios de valor añadido, serán la clave para estas empresas a la hora de constituir un modelo de negocio económicamente eficiente que les permita subsistir en el mercado.

En esta línea se detecta el auge del fenómeno del asociacionismo en aras de la permanencia en el mercado de emisoras que por sí solas no podrían mantener sus actividades. Este tipo de asociaciones ofrece a sus socios distintos servicios, que van desde la unión de fuerzas frente a la Administración hasta el intercambio de contenidos. Esta sindicación de contenidos, más cercana al modelo norteamericano de televisión, ofrece a las televisiones locales la posibilidad de completar su parrilla de programación con contenidos de calidad a un precio reducido.

1.2. Objeto de estudio

Esta investigación sobre la televisión local en la Comunidad de Madrid tiene como objetivo contribuir a la construcción de corpus científico existente en el área. Estudios precedentes sobre la televisión local se han centrado fundamentalmente en regiones o comunidades con una identidad cultural diferenciada, vinculada a un idioma propio y específico de la zona. En el caso que nos ocupa, la Comunidad de Madrid no posee una identidad cultural tan clara o diferenciada como Cataluña o Andalucía, pero es una región en la que el sector audiovisual, y en concreto el de la televisión, posee un peso económico determinante en el conjunto del territorio nacional.

En cuanto a los objetivos concretos que se plantean en esta investigación podemos citar los siguientes:

1. Estudiar el fenómeno de la televisión local, como modelo alternativo al discurso generalista de los medios de comunicación de cobertura nacional.
2. Establecer un panorama de la situación de la televisión local en la Comunidad de Madrid, observando los cambios en el tejido empresarial que se vienen produciendo desde la adjudicación de licencias de TDT.
3. Analizar las causas del estancamiento de la televisión local de en España, prestando especial atención al vacío normativo que impide el desarrollo de este sector.
4. Identificar los cambios que se producirán en este sector, en concreto en la Comunidad de Madrid, como consecuencia del cambio en la tecnología de transmisión de la señal de televisión.
5. Realizar una prospectiva sobre el futuro de este sector en un nuevo escenario digital tras el cese de las emisiones analógicas de televisión en nuestro país.

1.3. Metodología

Una vez delimitados el campo de estudio y los objetivos de esta investigación, nos planteamos las variables de análisis de nuestra investigación. En este sentido, abordamos este trabajo desde los siguientes puntos de vista:

1. La Televisión Digital Terrestre introduce innovaciones tecnológicas innegables. La transformación de la señal de televisión en una sucesión de *bits* se concreta en la mejora de la recepción de la señal de televisión, eliminando las interferencias características de la señal analógica, mayor calidad de audio y video, emisiones en formato panorámico 16:9; Guía Electrónica de Programas (EPG), teletexto mejorado, la recepción portátil y móvil, etc. No obstante, más allá de las mejoras en la calidad de la televisión, la TDT supone un salto cualitativo al permitir además la prestación, por parte de los operadores, de servicios de valor añadido para los ciudadanos. En este sentido, el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital (PTNTDT) reserva el 20% de la capacidad de cada canal múltiplex para los servicios de valor añadido tales como la t-banca, t-administración o t-comercio.
2. Por otro lado, la racionalización del espectro radioeléctrico de la señal digital permite la multiplicación de canales de televisión. Este nuevo entorno multicanal supondrá, como analizaremos a lo largo de esta investigación, cambios estructurales en el mercado de televisión. Asimismo, asistimos paradójicamente a la creación de numerosos canales de ámbito cobertura y autonómico pero que, al mismo modo, supone en el ámbito local la desaparición de algunas de las llamadas televisiones locales 'históricas', por no poder cumplir los requisitos establecidos en los pliegos de los concursos de adjudicación o simplemente por no haber obtenido licencia digital.

Al mismo tiempo, esta diversidad de canales se traduce en la consecuente fragmentación de las audiencias, obligando a los operadores a la búsqueda de nuevos modelos de negocio

complementarios a la inversión publicitaria para la viabilidad económica de sus iniciativas. Precisamente en este punto, las televisiones locales, más cercanas al ciudadano, pueden encontrar en los servicios de valor añadido una fuente adicional de ingresos, consiguiendo la buscada estabilidad económica.

3. La asignación de nuevas frecuencias a operadores emergentes, que en el caso de la televisión local supone la esperada legalización de las emisiones, es abordada por las Administraciones teniendo en cuenta el concepto de pluralidad, permitiendo la entrada de nuevos agentes con un discurso alternativo al de los medios ya establecidos. Sin embargo, y como analizaremos en el caso de la Comunidad de Madrid, la realidad final del mercado es muy distinta. Los grandes grupos de comunicación, que controlan los medios de comunicación estatales y autonómicos, copan las nuevas licencias de TDT local, llevando a la desaparición de algunas de las televisiones locales más antiguas, como es el caso de TV Cardedeu, la primera televisión local de España.

Por otro lado, hay que destacar la decisión de la Administración de obligar al sector local, todavía económicamente precario y con poca estabilidad, a liderar el cambio de tecnología. Estas televisiones deberían haber apagado sus emisiones analógicas el pasado 1 de enero de 2008, requisito que todavía no ha podido cumplirse porque en muchos casos las licencias otorgadas se encuentran recurridas en los tribunales de justicia.

4. La Televisión Digital Terrestre se presenta como el medio más adecuado para el acceso de todos los ciudadanos a la Sociedad de la Información (SI). Frente a la penetración del ordenador personal y la conexión a Internet de banda ancha, la alta presencia del televisor en los hogares españoles, cercana al cien por cien, la convierten en una puerta de acceso privilegiada a la SI (Castillejo, 2008), uno de los motivos que justifican los esfuerzos de las políticas europeas para inducir el cambio de tecnología. Pero, este esperado acceso de todos los ciudadanos a los servicios de la SI, -prácticamente inexistentes hasta la fecha- está condicionado, entre otros factores, a la adquisición de

decodificadores que incluyan el estándar *Multimedia Home Platform* (MHP) y no de simples *zappers* que permitan sintonizar la señal digital de televisión. Encontramos pues en el mercado un círculo vicioso ya que, sin un número suficiente de este tipo de decodificadores, los operadores no invertirán en la puesta en marcha de este tipo de aplicaciones.

5. En este marco de transición hacia la tecnología digital, los contenidos son la clave del cambio. Sin contenidos originales y alternativos, los ciudadanos no encontrarán motivos suficientes para afrontar el cambio que supone para todos los hogares, aunque no excesivamente cuantiosa, una inversión económica para la compra de decodificadores y adaptación de antenas.

Además, debemos destacar que los cambios estructurales en el mercado tienen implicaciones en los contenidos de las cadenas de televisión local, desvirtuándose la programación de proximidad. El concepto de demarcación introducido por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre Local (PTNTDTL), así como la entrada de los grupos de comunicación, vendedores en las licitaciones locales, que reproducen el modelo generalista de televisión a un ámbito de cobertura reducido, suponen la reducción de los contenidos de propios de las televisiones locales, cercanos a los ciudadanos.

Considerados todos estos niveles de análisis y teniendo en cuenta que, además de trazar un mapa sobre la televisión local en nuestra región, pretendemos realizar un estudio prospectivo para determinar el escenario de futuro más probable, hemos considerado el Método Delphi como la técnica de investigación más adecuada para conseguir nuestras metas.

1.3.1. El Método Delphi

Tras el estudio del marco teórico (capítulos 2 y 3), utilizaremos el Método Delphi para determinar las principales variables de cambio del sector y presentar un escenario futuro de consenso por parte de los expertos, y que nos servirá para la confirmación o refutación de nuestra hipótesis de partida.

El método Delphi, cuyo nombre se inspira en el antiguo oráculo de Delphos, es un instrumento que se utiliza para realizar predicciones sobre un fenómeno analizado en el transcurso de los próximos años. Según Linstone y Turoff (1975) es "un método de estructuración grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo". Elegimos esta técnica debido a que, además de ser un método apropiado en estudios de tipo cualitativo, nos ofrece la posibilidad de analizar información valiosa de un grupo de expertos, constituyéndose, por tanto, en una garantía definitiva del nivel científico de esta investigación.

Esta técnica consiste en la selección de un grupo de expertos a los que se les pregunta su opinión sobre cuestiones referidas a acontecimientos del futuro por medio de preguntas enfocadas a las probabilidades de realización de determinados eventos.

Las estimaciones de los expertos se realizan en rondas sucesivas, que deben ser anónimas, con el objeto de tratar de alcanzar un consenso, procurando conservar la máxima autonomía de los expertos que participan en el estudio. La capacidad de predicción está basada en el uso del juicio intuitivo de los expertos, y comienza con la interrogación por medio de cuestionarios sucesivos con el fin de que cada uno exprese sus opiniones de forma anónima. La calidad de los resultados dependerá del diseño del cuestionario y de la selección de los expertos que se realice (Astigarraga, 2006).

El Método Delphi es considerado como una técnica cualitativa o subjetiva que, por lo general, se limita a dos etapas, las cuales comprenden el envío de cuestionarios y el vaciado y explotación de la información de la primera, segundo o tercera ronda. Los cuestionarios sucesivos tratarán de "disminuir el espacio intercuartil, esto es cuanto se desvía la opinión del experto de la opinión del conjunto, precisando la mediana", de las respuestas obtenidas. Así, el objetivo del primer cuestionario será calcular el espacio intercuartil y en el segundo se proporciona a cada experto la opinión de sus colegas, abriendo un debate que conlleve al establecimiento de un resultado consensuado y que se traducirá en nuevos conocimientos sobre el tema de estudio.

Se resume a continuación los pasos de esta técnica utilizados en la presente investigación, procurando que garanticen la calidad de los resultados obtenidos en la misma:

- Elección de los expertos
- Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios.
- Análisis de los resultados obtenidos.

Fase 1: Elección de expertos

A pesar de la ambigüedad del término, podemos definir a un experto como aquella persona que demuestra actitudes y aptitudes que le permiten contribuir con sus conocimientos a la investigación Delphi (Landeta, 1999). La selección de expertos se realizó teniendo en cuenta, no sólo su preparación o el puesto desempeñado, sino por sus conocimientos sobre el tema abordado en la investigación y por capacidad de encarar el futuro. Dada la importancia de la información que nos suministrarán, decidimos realizar una selección de expertos procedentes de los siguientes ámbitos de trabajo implicados en el tema central de la investigación:

- Televisiones locales.

- Administración pública: estatal, autonómica y local.
- Asociaciones de televisión local.
- Profesores universitarios especializados en el objeto de estudio.

El cuestionario se diseñó para ser contestado por un grupo de expertos con amplia experiencia y conocimientos en el sector de la televisión local de nuestro país. Las opiniones de los participantes fueron recogidas de manera anónima, para que existiera la mayor independencia posible, asegurando de este modo la influencia de algún líder en el grupo elegido. El sistema de envío de los cuestionarios asegura dicho anonimato, ya que la recolección de las opiniones fue realizada por vía electrónica. Se obtuvo así la opinión real de cada experto sin estar falseada en alguna medida por el proceso de grupo.

Según Landeta (1999), el número mínimo de participantes deber ser de quince, por lo que el número de expertos incluidos en este estudio es suficiente para la validación de los resultados. En la tabla 1 presentamos un resumen de los expertos que participaron en el cuestionario. Para obtener la información del experto se les solicitó rellenar un Formulario de Asignación de Código Experto (Anexo 1) en el cual se les requería incluir la información de su perfil académico y profesional.

El estudio se completó con la participación final de dieciocho expertos procedentes de tres ámbitos de trabajo distintos, con una representación mayoritaria de profesionales del sector audiovisual (72%). Con el objetivo de equilibrar la elección de los participantes, contamos al mismo tiempo con representantes de la Administración (11%) y profesores investigadores especializados en la materia (17%).

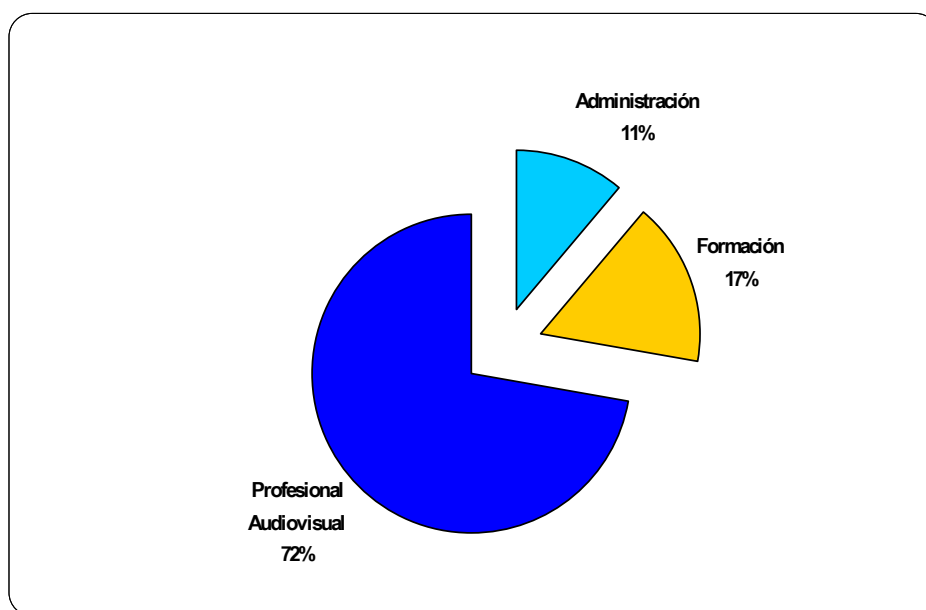


Gráfico 1: Clasificación de expertos por sector profesional.
Fuente: elaboración propia.

En el siguiente gráfico mostramos la experiencia de los expertos participantes en este estudio, una experiencia profesional solvente para acreditar los resultados obtenidos por este estudio.

Experiencia en el sector	
+25	2
11-16	5
17-25	3
6-10	6
(en blanco)	2
Total general	18

Experiencia en televisión	
6-10	6
3-5	3
17-25	2
11-16	5
0-2	1
(en blanco)	1
Total general	18

Gráfico 2: Experiencia profesional de los expertos participantes.
Fuente: elaboración propia

En cuanto al nivel de estudios acreditado por nuestros expertos, como muestra el siguiente gráfico, apreciamos gran diversidad de titulaciones, siendo el grupo de Magíster (18%), Doctores (17%), Licenciados (17%) e Ingenieros (12%), los más numerosos. Por ello, podemos concluir que, en

términos globales, al menos trece de los dieciocho encuestados manifiesta estar en poder de una titulación universitaria. El resto de los participantes declara haber cursado estudios profesionales relacionados con el sector en el que trabajan.

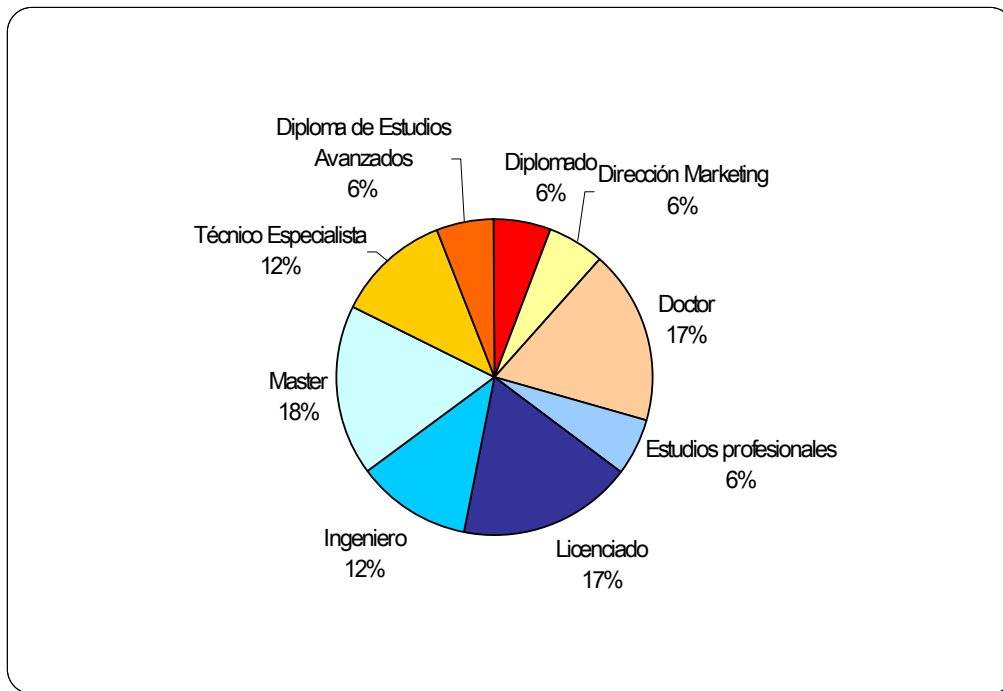


Gráfico 3: Clasificación de expertos por titulación.
Fuente: elaboración propia.

Tabla 1: Perfil de expertos participantes en la investigación

ID	Apellidos	Nombre	Sector	Empresa	Puesto
EX01	García-Cuevas	Rosa	Profesional Audiovisual	Popular TV	Jefa Producción
EX02	Pascual Martínez	Lourdes	Profesional Audiovisual	Popular TV	Directora Producción
EX03	Sánchez Martínez	Josefina	Formación	Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)	Subdirectora Comunicación Audiovisual
EX04	García Castillejo	Ángel	Administración	Comisión Mercado Telecomunicaciones	Consejero
EX05	Martín	Ignacio	Profesional Audiovisual	Promovisa	Comercial
EX06	Ramírez Zarzuela	José Antonio	Profesional Audiovisual	Telelinea TV	Productor Ejecutivo
EX07	García Lacuesta	Guillermo	Profesional Audiovisual	Luck on air	Consultor
EX08	Matínez Fernández	Jose Angel	Profesional Audiovisual	Altamira Televisión	Director Gerente
EX09	Díaz-Portales Buitrago	Juan José	Profesional Audiovisual	RTV Municipal Manzanares	Director
EX10	Arranz Feria	José Luis	Profesional Audiovisual	PTV Córdoba	Director
EX11	Revaldería Martínez	María José	Profesional Audiovisual	8Madrid TV	Directora General
EX12	Vigil-Escalera Caicoya	Pedro	Profesional Audiovisual	Kiss Televisión Digital	Responsable área negocio
EX13	Cid Ballarid	Tomás	Profesional Audiovisual	SDI Digital	Director general
EX14	Hipólito Domínguez	Juan Antonio	Administración	Onda minera RTV	Director medios
EX15	Ramos Barbosa	Rafael	Profesional Audiovisual	Popular TV	Director técnico
EX16	Castejón Fernández	David	Profesional Audiovisual	TV Corredor	Jefe técnico
EX17	Sarabia Andúgar	Isabel	Formación	Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)	Vicedenaca Comunicación Audiovisual
EX18	Sanmartín Navarro	Julián	Formación	Universidad Abat Oliva - CEU	Profesor

Gráfico 4: Relación de expertos participantes. Fuente: elaboración propia.

Fase 2: Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios

De manera paralela a la elección de los expertos, se llevó a cabo el diseño cuestionario. La preparación del mismo se realizó con el objetivo de conocer la opinión de los expertos seleccionados sobre los cambios que se están produciendo en el sector de la televisión local de la Comunidad de Madrid como consecuencia de la introducción de la TDT, teniendo en cuenta las variables expuestas anteriormente: tecnológicas, económicas, políticas, sociales, etc., y que son susceptibles de condicionar el futuro del sector bajo estudio.

El cuestionario final contaba con treinta y dos preguntas, a través de las que buscábamos conocer la probabilidad de ocurrencia del escenario expuesto como hipótesis en el punto 1.4. Planteamiento de la hipótesis en el horizonte temporal de 2012. La elaboración del mismo se realizó siguiendo algunas reglas: se utilizaron preguntas claras y concisas; en su mayoría con respuestas categorizadas para facilitar el análisis de los resultados. Por ejemplo, si/no; mucho, medio, poco; muy de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo, muy en desacuerdo.

Fase 3: Análisis de los resultados obtenidos

El cuestionario de la primera vuelta fue enviado a los expertos a través de un enlace por un correo electrónico, junto con una carta de presentación del estudio (Anexo1). El participante debía pinchar en el enlace y rellenar en línea el cuestionario, previo registro de sus datos (Anexo 2).

El cuestionario incluyó treinta y dos preguntas enfocadas al análisis del tema propuesto y los datos estaban disponibles en el mismo momento de la realización de la encuesta, lo que nos permitió reducir los tiempos de realización del estudio.

El objetivo de realizar rondas sucesivas de cuestionarios es llegar al consenso de los expertos en las materias planteadas. En la segunda ronda, el experto podía validar o refutar su respuesta al primer cuestionario en función de la información recibida del panel, cuidando siempre el anonimato de los expertos del grupo de trabajo.

El cuestionario de la segunda ronda contenía las mismas preguntas que el primero, incluyendo la respuesta del panel, numérica y gráficamente. El experto podía efectuar una variación en su respuesta, para lo cual se le solicitaba un comentario sobre el cambio; comentarios que fueron de gran utilidad para el planteamiento de futuros escenarios o hipótesis.

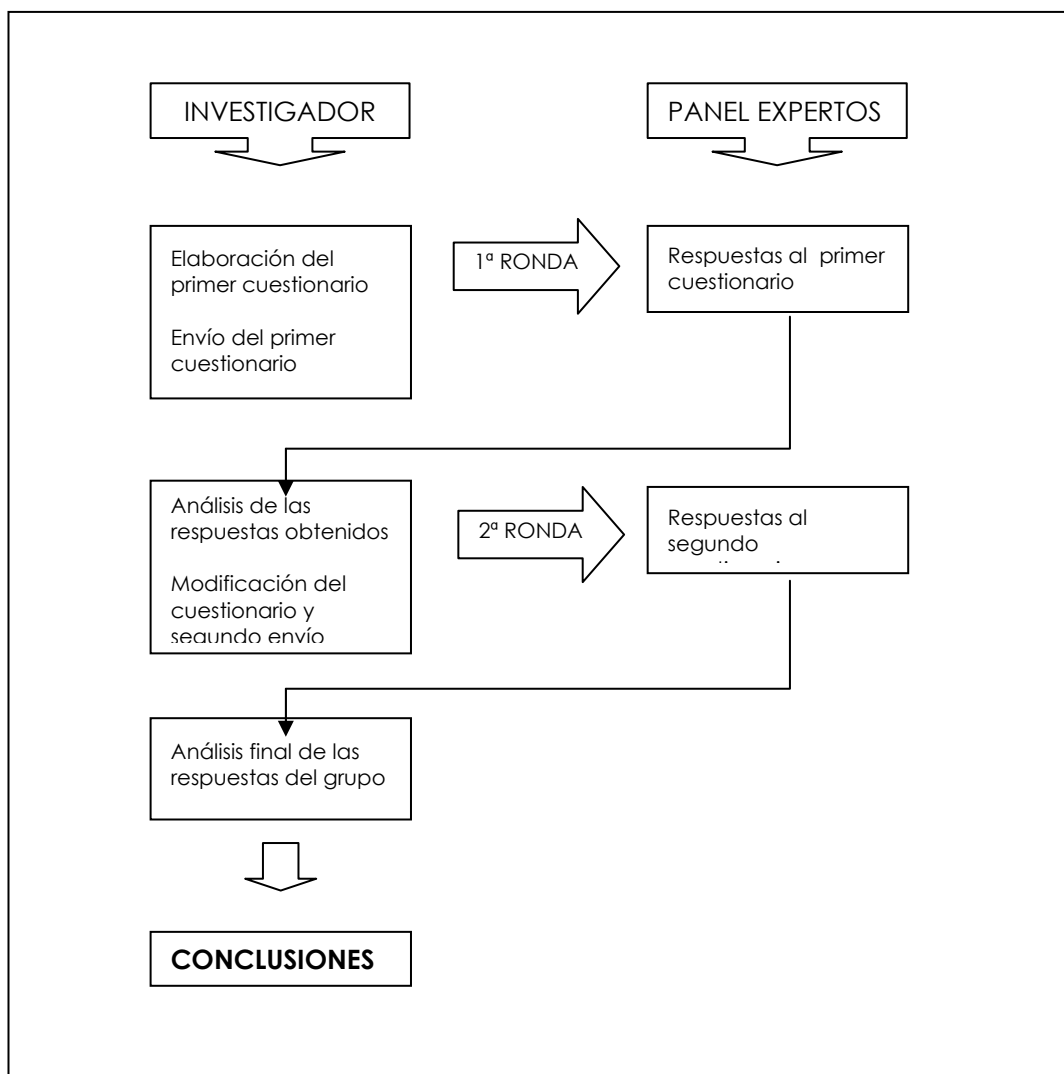


Ilustración 5: Diseño de la Metodología Delphi empleada en la investigación desarrollada.
Fuente: Elaboración propia.

El tiempo de respuesta media de la primera ronda fue de 60 días y en la segunda, de 82 días, por lo que el tiempo final del estudio fue de algo más de cuatro meses, 142 días. El margen de respuesta de los cuestionarios fue del 94,44%, ya que se recibieron 17 de los 18 invitados al estudio empírico. El análisis de los resultados obtenidos son presentados con detalle en el capítulo 4. 'Cuestionario Delphi: Análisis de resultados'.

1.4. Planteamiento de la hipótesis

Una vez propuesto el tema sobre el que hemos enfocado esta investigación, vamos a definir a continuación la hipótesis de trabajo. Dado que se trata de un estudio prospectivo, nuestra hipótesis principal busca determinar y proponer el escenario más probable para las televisiones locales una vez apagadas las emisiones analógicas y estabilizado el mercado.

La televisión local de en la Comunidad de Madrid se caracterizará en el 2012 por una concentración de emisoras en manos de los grupos de comunicación, que dotarán al sector de mayores recursos económicos y conseguirán un incremento en la cuota de mercado regional, tanto en audiencia como en facturación publicitaria. Una restructuración con respecto al mercado analógico orientada a la mercantilización excesiva y la concentración de televisiones en torno a las grandes empresas de comunicación, presentes ya en otros ámbitos de la Comunicación. Las estrategias de estas corporaciones pasarán por la comercialización intensiva de la señal de televisión, utilizando la televisión local como una segunda o tercera ventana de explotación de sus contenidos generalistas, y destruyendo el modelo de comunicación centrado en la atención al ciudadano y en el acceso del mismo a los medios.

El planteamiento de esta hipótesis está sustentado sobre la demostración de las siguientes sub-hipótesis que exponemos a continuación:

- **La supervivencia de todas las TDT locales no está garantizada en el mercado digital.** El modelo de TDT local aprobado por el Plan Técnico Nacional TDT Local (PTNTDTL) supone la proliferación de emisoras sin que esté justificado la existencia de un mercado de recursos publicitarios suficiente para garantizar la supervivencia de todas las televisiones con licencia digital. Aquellas emisoras que no consigan atraer las inversiones de los anunciantes locales se verán obligadas a suspender sus actividades. De ahí, la necesidad de generar un nuevo modelo de negocio que permita a los empresarios privados obtener una nueva fuente, independiente del saturado mercado publicitario. Es factible, por tanto, que la falta de recursos de algunas televisiones locales se concrete finalmente en la asociación o adquisición de éstas por parte de los Grupos de comunicación.
- **Ello supondrá la consiguiente desaparición de estas emisoras ‘históricas’ de televisión local o el traslado de sus emisiones a nuevos soportes como pueden ser el cable o Internet,** medios que no requieren de una concesión administrativa y cuyos costes aseguran la viabilidad económica de estas emisoras de proximidad. Pero, por encima de todo, la desaparición o reducción del peso específico de la televisión de proximidad traerá como consecuencia la desvirtuación de los contenidos locales; un tipo de contenidos que quedarán relegados a un segundo plano en favor de contenidos generalistas ya emitidos en ámbitos de cobertura más amplios.

Nuestro trabajo pretenderá analizar estos puntos resumidos en la hipótesis principal, y que tratarán de ser contrastados mediante la aplicación de la metodología Delphi.

1.5. Fuentes bibliográficas

A la hora de abordar la presente investigación hemos acudido a la mayor cantidad de fuentes que ha sido posible, con el objeto de que su variada procedencia enriquezca y otorgue una mayor validez al estudio.

En primer lugar, en lo relativo a las fuentes primarias, cabe destacar la falta de datos oficiales sobre el número de emisoras que existen en la geografía española. La falta de un marco normativo estable hace que apenas exista información proveniente de las administraciones públicas y que los propios actores del mercado se muestren reticentes a comunicarlos.

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio⁴ dispone de un censo de emisoras locales que no ha hecho público. Acudimos a esta instancia para recopilar toda la legislación que afecta a la televisión local tanto analógica como digital.

Impulsa TDT, la Asociación para la Implantación y el Desarrollo de la Televisión Digital Terrestre, formada por todos los operadores de televisión nacional, Abertis y el Ministerio de Industria, dispone entre otros servicios de un Observatorio que se ocupa de "recoger, procesar y analizar la información de mayor relevancia asociada al proceso de transición hacia la televisión digital terrestre desde la televisión analógica convencional".⁵ Además de boletines mensuales, este observatorio ofrece informes especializados. En concreto, en mayo de 2007 y febrero de 2008 se publican a través de su página web dos informes sectoriales sobre el estado de la TDT en el ámbito autonómico y local.

Del mismo modo, hemos acudido a informes especializados llevados a cabo por otras entidades como el Informe Anual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones⁶. El último informe, publicado en 2008, ofrece un

⁴ <http://www.mityc.es>

⁵ <http://www.impulsatdt.es/home/observatorio>

⁶ <http://www.cmt.es>

mapa sobre el estado de los procesos concesionales de las licencias de TDT local en España.

Por otra parte, la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC)⁷ publicó en octubre de 2002 un Censo de Televisiones Locales, actualización del llevado a cabo en 1999 y 1996, y que ofrece un mapa muy útil para nuestra investigación del sector local. Sin embargo, no se ha realizado ninguna actualización desde esta fecha a pesar de los importantes cambios que se están produciendo en el sector.

Al mismo tiempo, con el objetivo de recoger los datos directamente de los principales agentes del mercado, hemos acudido a los principales foros, universitarios o profesionales, especializados en el objeto de estudio. Este tipo de eventos nos han permitido la obtención de datos actualizados, no disponibles de otro modo, así como el contacto con los expertos en el sector, que han sido aprovechados a la hora de realizar el cuestionario Delphi.

En cuanto a las fuentes secundarias, cabe destacar la falta de bibliografía especializada en el contexto local de la televisión española. De especial utilidad han sido las tesis doctorales⁸ publicadas hasta la fecha, que abordan el objeto de estudio desde un punto de vista y una cobertura geográfica distinta a la investigación que nosotros abordamos.

Como complemento, las publicaciones periódicas, revistas profesionales, revistas científicas, etc., consultadas permiten el acercamiento a la realidad diaria y la evolución de un proceso tan complejo como la televisión local en nuestro país. Especialmente relevante es la labor de la Universidad Autónoma de Barcelona que ha puesto en marcha Observatorio de Comunicación Local del Instituto de la Comunicación (Incom)⁹.

⁷ <http://www.aimc.es/aimc.php>

⁸ www.mcu.es/TESEO/teseo.html

⁹ www.portalcomunicacion.com

Por último, la presencia de algunos de los operadores locales en la Red, a través de sus páginas corporativas, nos permite el acceso a la información más completa sobre sus actividades. Información que se ha complementado con la entregada por algunas de estas cadenas para finalizar este estudio.

1.6. Estructura de la investigación

Con el objeto de dar respuesta a los objetivos propuestos en esta investigación, la presente tesis doctoral está estructurada en dos partes diferenciadas. Mientras que en la primera parte se desarrolla una revisión bibliográfica del objeto de estudio, la segunda plantea una investigación cualitativa que proporciona un estudio prospectivo sobre el sector de la televisión digital local en la Comunidad de Madrid.

Al margen del presente capítulo introductorio, la estructura del trabajo es la siguiente:

- El **capítulo 2 'La televisión local en España'** ofrece un análisis teórico sobre esta modalidad de televisión en nuestro país. El origen de la televisión local puede enmarcarse en un momento histórico de recuperación de las libertades públicas y surge como reacción a la maquinaria informativa de los grandes medios. A pesar de que su nacimiento se remonte a principios de los años ochenta, la televisión local no ha gozado de un marco legal estable que permita un desarrollo controlado del mercado. Este capítulo revisa la evolución histórica del sector, su problemática legal, así como los modelos de televisión que podemos encontrarnos y la tendencia al asociacionismo, teniendo en cuenta dos momentos diferenciados. Una división que tiene en cuenta la tecnología empleada para transmitir su señal. Este es precisamente el criterio que fue utilizado por el gobierno del Partido Popular en 2003 para acometer la reforma del sector. En este apartado se realiza un estudio de la legislación de la televisión local digital, prestando especial atención

a las políticas públicas seguidas por cada Comunidad Autónoma para regularizar el sector, y que pueden llevar a configurar un panorama de cadenas de televisión local distinto al inicial.

- Establecido el contexto teórico de la televisión local en nuestro país, el **capítulo 3. 'La televisión local en la Comunidad de Madrid'** se centra en el análisis de este fenómeno en un ámbito de cobertura más reducido, que ha sido elegido para llevar a cabo nuestra investigación. La Comunidad de Madrid, sin una tradición significativa en televisión local –no sólo en lo referente al número, pero también en la relevancia de las iniciativas- se convierte en uno de los mercados más atractivos para todos los operadores de televisión en aras de obtener una de las licencias de TDT local. Estudiadas las primeras experiencias de televisión local analógica, prestaremos especial atención a cómo las políticas públicas de la Comunidad han supuesto una reorganización del sector local de televisión, para lo cual se analizan los criterios de adjudicación, así como los operadores que resultaron adjudicatarios.
- El **capítulo 4. Cuestionario Delphi: Análisis de los resultados** está dedicado al examen detallado de los datos obtenidos mediante este tipo de metodología. A partir de las cifras obtenidas por las respuestas de nuestros expertos, analizamos exhaustivamente y presentamos las posibles tendencias del mercado local de televisión tras el apagado de las emisiones analógicas de televisión local en España.
- Una vez establecidos los resultados de nuestro estudio, el **capítulo 5 'Conclusiones'** presenta las conclusiones finales de esta tesis doctoral, y se valida o refuta la hipótesis de partida. Así mismo, y para concluir, se reflexiona sobre la fiabilidad de los resultados obtenidos en nuestra investigación aplicada.
- El **capítulo 6 'Referencias bibliográficas'**, adjunta la bibliografía utilizada para desarrollar el presente trabajo. En este apartado se recogen por orden alfabético todos los textos citados, clasificándolos según distintos criterios:

- Libros
 - Legislación sobre televisión local (nacional y autonómica), así como otras normas de interés.
 - Publicaciones en serie: revistas científicas, prensa y revistas especializadas.
 - Informes.
 - Recursos web.
- En último lugar, en el **capítulo 7 'Anexos'** se presentan los anexos que se detallan a continuación
- Carta de invitación a participar en el estudio.
 - Formulario de asignación de código de experto.
 - Modelo de encuestas.
 - Orden 3019/2004, de 19 de noviembre, por la que se convoca el concurso público para la adjudicación de programas digitales de televisión local en la Comunidad de Madrid.
 - Orden 298/2005, de 5 de agosto, por la que se resuelve el concurso público de licencias de TDT locales en la Comunidad de Madrid.
 - Resultados finales de la investigación.

2. La Televisión Local en España

2.1. Antecedentes: la televisión local analógica (1981-2003)

2.1.1. Evolución histórica

Como ya hemos comentado en nuestra exposición inicial, el origen de la televisión local se encuentra dentro de una tendencia internacional de defensa de lo local frente a la maquinaria informativa de los grandes medios. Pero la materialización de 'lo local' se realiza de distintas maneras debido a que en este proceso influyen elementos sociales, culturales y, sobre todo, legislativos, cristalizando en cada país en un modelo distinto de televisión.

2.1.1.1. La televisión local en el contexto internacional

En Europa podemos encontrar distintos modelos de televisión local según sea el sistema de emisión utilizado por cada canal. Diferencias que vienen justificadas por el grado de desarrollo del país ya que la evolución de las televisiones locales está muy ligada las innovaciones tecnológicas. En el norte y centro de Europa, donde se sitúan los países más desarrollados, el sistema de difusión utilizado en las experiencias locales es el cable, un sistema más adecuado para eliminar los problemas de recepción de la señal de televisión; mientras que en el sur, fundamentalmente en Italia y España, se prefiere el uso de la onda hertziana, mucho más barata de implementar (Navarro Moreno, 1999:79).

- Canadá es uno de los países precursores de la televisión local. Podemos situar en Québec en 1969 el origen de la televisión local alternativa, un modelo de televisión de proximidad en cuanto a la participación de los ciudadanos (Navarro Moreno, 1999:80). El cable tiene en este país una rápida implantación para acabar con el aislamiento geográfico de numerosas poblaciones. Actualmente conviven canales locales privados con otras emisoras que reciben subvenciones públicas.

- Los Países Bajos muestran un gran desarrollo del cable, hecho que es favorecido por lo reducido de sus dimensiones geográficas. Tanto en Bélgica como en Holanda encontramos un gran proteccionismo de lo local frente al ámbito privado-comercial. En Bélgica una cadena de televisión en cada región presta atención a las diferentes comunidades lingüísticas (flamenca, francófona y alemana). Junto a ellas, existen una serie de televisiones locales públicas en la comunidad flamenca, y mixtas en la provincia de Vallonia. Mientras, trece canales públicos regionales cubren el total del territorio holandés bajo la coordinación de un organismo específico, el *Regionale Omroep Overleg en Samenwerking* (ROOS), que se ocupa de los intereses comunes y de favorecer la cooperación entre los miembros¹⁰.
- En Alemania, la televisión local es un fenómeno tardío y se desarrolla fundamentalmente a través de ondas hertzianas, medio utilizado predominantemente por las emisoras públicas. Junto con las cadenas locales, cabe destacar el modelo de televisión de los Länder, donde cada 'estado' contribuye a la conformación de un canal de cobertura nacional con contenidos regionales. Frente a ella, la importancia de las emisoras locales es marginal, debiendo programar contenidos locales de interés: deportes, cultura y fiestas populares (Idem:84).
- Por su parte, en Francia el desarrollo de la televisión local ha sido muy reciente y se ha producido preferentemente bajo el modelo de televisión pública de difusión terrestre, aunque también se puede recibir a través del cable. Salvatore (2007:82) distingue varios modelos de televisión local entre el centenar de cadenas estimadas: televisión de identidad regional, de *ville* (ciudad), de *pays* (ámbito rural) y de proximidad (cobertura subregional o local). Con unos dos millones de espectadores potenciales, este tipo de emisoras se configuran preferentemente sin ánimo de lucro, ya que son subvencionadas por las diferentes administraciones públicas.

¹⁰ SALVATORE, Diego. "Dall'Italia all'Europa: modelli di televisione locale" en BARCA, Flavia (ed). "Le TV invisibili. Storia ed economia del settore televisivo locale in Italia". Radio Televisione Italiana Spa, Roma, 2007. p. 86.

- En Gran Bretaña, la BBC se ocupa de la programación local a través de sus divisiones *BBC Nations* y *BBC Regions*. De este modo, presta el servicio a Escocia, Irlanda y Gales, así como a las doce provincias de Inglaterra. Se trata, por tanto, de un sistema en el que la descentralización se produce con desconexiones locales. Por el contrario, cabe destacar la existencia, como sucede en el caso de Alemania, con un canal de cobertura nacional pero de contribución regional. De este modo Independent TV (Channel 3), primera televisión privada de Europa (1954), se constituye sobre la base de una serie de sociedades regionales con licencias para emitir en áreas y períodos de tiempos específicos. En lo que respecta a la televisión local, hay menos de treinta emisoras, cuya audiencia y facturación son poco significativas (Écija, 2005:198)

Sin embargo, es Estados Unidos el país con un mercado de televisión más desarrollado del mundo y cuyo sistema se asienta sobre la base local. En Estados Unidos, una red de televisiones (*network*) es un conjunto de 100 ó 200 emisoras de televisión –o de radio- unidas bajo una marca común, que promocionan y emiten una programación común durante todo el día y gran parte de la noche (Blumenthal *et al*, 2006: 2). Este sistema permite a la Network construir una audiencia nacional para su programación. Pero, al tiempo que obtiene beneficios por la venta de espacios publicitarios, la cadena consigue ingresos por otras actividades como, por ejemplo, la venta de sus productos audiovisuales en DVD, su distribución en redes de cable, emisoras independientes o su venta para el mercado extranjero.

El negocio de una televisión local es totalmente diferente del de la *network*. Una cadena local está licenciada por la *Federal Communications Comitee* (FCC) para transmitir su señal dentro de un área concreta, la denominada DMA (*Dominant Market Area*), una zona geográfica que abarca generalmente una ciudad, sus alrededores y algunas zonas cercanas (Blumenthal *et al*, 2004: 2; Mogel, 2006:20). A cambio estas cadenas se comprometen a buscar el interés público y servir a la comunidad a la que se

dirige. En determinadas ocasiones, algunos grupos han podido denunciar ante la FCC las prácticas de la televisión local, lo que normalmente acaba con una advertencia o una pequeña multa, pero nunca se ha dado el caso de la revocación de la licencia.

Especialmente interesante es el mercado de la afiliación de emisoras. Actualmente, casi todas las televisiones comerciales están afiliadas a una *network*: ABC, CBS, NBC, FOX, The WB TV –fruto de la fusión con UPN-, Telemundo, Univisión, TeleFutura u otro tipo de redes relacionadas con la televenta o asuntos religiosos. Las tres *Networks* más importantes cuentan con 200 televisiones afiliadas repartidas por todo el país. Algo más modestas son las cifras de la Fox con 170 cadenas y The WB TV que, antes de su fusión con UPN, no disponía de ninguna cadena terrestre afiliada, ya que utilizaba sus 125 emisoras de cable para llegar a los hogares norteamericanos (Mogel, 2004:9).

La relación de afiliación entre la *network* y las cadenas de televisión local está basada en la compatibilidad de sus necesidades. Por un lado, las *network* necesitan que su programación llegue al mayor número de hogares posible, lo que puede conseguir a través de sus afiliadas en cada mercado concreto. Por su parte, las emisoras afiliadas necesitan contenidos para completar su parrilla de programación sin que ello suponga un gasto económico excesivo.

De este modo, la *network* ofrece a sus afiliadas un conjunto de programas con publicidad nacional o regional ya incluida, así como una compensación económica por la ocupación de ese espacio televisivo (Bertrand, 1992:61). Generalmente las afiliadas reciben por satélite un conjunto de contenidos para cubrir 2 ó 3 horas en la franja matinal (7:00-9:00), en el *daytime* (9:00-16:30), *prime time* (20:00-23:00) y *late night* (23:30-24:30), y media hora para las noticias de la noche. El resto de los contenidos son aportados por cada televisión (Blumenthal et al, 2006:4).

No obstante, la cadena no tiene el control sobre la parrilla de sus afiliadas. De hecho, la afiliada no tiene obligación de emitir todo lo que le ofrezca la

network. En el caso de que rechace algún contenido, la cadena podrá ofrecérselo a otra televisión local dentro del mismo mercado.

A pesar de que teóricamente la *network* compra espacio televisivo, Blumenthal y Goodenough (2006:9) señalan que la fórmula para fijar las tarifas es arcaica y abiertamente injusta. Mientras que en los mercados más grandes la cadena ofrece a sus afiliadas sólo una fracción de la facturación total, en los mercados más pequeños la compensación puede llegar el 25 ó 30% de los ingresos. Por tanto, cuanto más pequeño es el mercado, mejor es el porcentaje que recibe la televisión local.

La fórmula utilizada por las *network* más grandes (ABC, CBS y NBC) para fijar la compensación económica tiene en cuenta el tamaño y perfil demográfico de la audiencia, el tamaño del mercado y la posición competitiva de la emisora en éste, así como la duración del programa. Por su parte, FOX y The WB TV no utilizan el mismo sistema. De hecho, éstas sólo compensan económicamente a sus afiliadas cuando se superan las expectativas de audiencias.

Mogel (2004:37) indica además que en algunos casos la *network* puede ceder a sus 'afiliadas' 2 minutos por hora para la venta de espacios publicitarios (un 17% del total de la publicidad). Esta medida puede suponer para la cadena afiliada hasta el 40% del total de sus ingresos.

Este mismo autor refleja los cambios que se están produciendo actualmente a este respecto en el mercado norteamericano de televisión. Las Networks luchan por reducir las cifras de compensación e incluso han amenazado con cobrar por la posibilidad de que las 'afiliadas' emitan su programación en horario de máxima audiencia.

Al mismo tiempo, hay que destacar que algunas afiliadas tienen lazos particulares con las *network*. Se trata de las O&O (*Owned & Operated*) (Bertrand, 1992:62). Son aquellas emisoras de televisión propiedad de la cadena que están situadas estratégicamente en los principales mercados de televisión en Estados Unidos. Según Blumenthal (2006:8), estos son: Nueva York,

Los Ángeles, Chicago, Filadelfia y Boston. Estas cinco ciudades concentran el 20% del mercado total de televisión del país.

Este tipo de emisoras se han visto tradicionalmente limitadas en cuanto a su propiedad por la FCC. De hecho, una *network* no podía poseer dos cadenas de televisión dentro de la misma área (Blumenthal *et al*, 2006:5). No obstante, el único límite al número total de emisoras que un mismo propietario podía poseer es que estas televisiones no podían alcanzar más del 35% de la población norteamericana. La actualización en 2003 de la *Telecommunications Act* (1996) imprime una serie de matices a esta norma sobre la restricción en la propiedad de emisoras. De este modo, se permite la multipropiedad bajo las siguientes circunstancias¹¹ (Idem:36):

- En mercados de cinco o más cadenas, se permitirá la propiedad de dos emisoras siempre que sólo una se encuentre dentro del ranking de las cuatro más importantes.
- Hasta tres empresas en casos de mercados con dieciocho o más televisiones en competición pero sólo una de ellas podrá estar dentro de la clasificación ya mencionada.

Pero, quizá sea Italia el país europeo que presenta no sólo el modelo de televisión local más parecido al español, sino que se presenta como uno de los más dinámicos y fragmentados de la Unión Europea. A pesar de que actualmente, el sistema más utilizado sean las ondas radioeléctricas, el origen de este tipo de emisoras podemos encontrarlo en el cable. Podemos situar el inicio de la televisión local en Italia a mitad de los años 70 e virtud de la Ley 226, de 10 de julio de 1974, que entendía que el monopolio de la televisión pública italiana, la RAI, no podía hacerse extensivo al cable. De esta forma, este soporte quedó libre a la iniciativa privada y se produjo una proliferación de emisoras independientes de televisión. La Ley de 14 de abril de 1975 viene a reconocer esta situación y aprueba una reglamentación que “aseguraba el carácter puramente local de las emisiones, exigía la previa obtención de una

¹¹ Las emisoras comerciales y no comerciales computarán del mismo modo a la hora de tener en cuenta los criterios establecidos por la FCC.

autorización administrativa para la creación de una red de televisión por cable, se procedía a la fijación administrativa de los precios de suscripción y se limitaba el volumen de publicidad (Écija, 2005:227).

Los altos costes de mantenimiento de la televisión y las dificultades técnicas, llevaron a un grupo de empresas a iniciar sus emisiones terrestres, en contra de lo establecido por la ley de 1975 que fijaba el monopolio del Estado en la difusión hertziana. Finalmente, estas emisiones fueron autorizadas en 1976 por una sentencia del Tribunal Constitucional "siempre que conservase su carácter local y no interfiriese con las emisiones de la RAI" (Idem:228).

Ante la falta de un marco legal que regulara este tipo de emisiones, el mercado local de televisión creció de manera anárquica y descontrolada. La llegada de los grupos de Comunicación –entre los que cabe resaltar Mediaset– supone la creación de redes de televisión local a nivel nacional. Un tipo de redes que, sin ser amparadas por la Ley- se desarrollaron de facto por todo el mercado nacional. Habrá que esperar hasta 1990, con la conocida como Ley Mammi, para la consagración de un sistema mixto de televisión, público privado. Al igual que en el caso español, la falta de acuerdo político impide su implantación definitiva (Barca, 2007:16). Del mismo modo, la TDT se considera como una forma para acometer la reforma del sector.

En la actualidad, el modelo italiano de televisión local se caracteriza por un gran número de cadenas locales que dibujan un panorama altamente fragmentado. Seiscientas tres televisiones locales entre las que pueden distinguirse una variedad de modelos de emisión: informativas (362), comerciales (72), comunitarias (108) y de temática social (2) (Barca, 2007: 140). Podemos destacar, por tanto, la escasez de televisiones públicas. En este caso, las funciones de 'proximidad' son prestadas por las televisiones privadas.

Sin embargo, la distribución de este tipo de emisoras no es equilibrada en todo el territorio italiano. De hecho, puede observarse una concentración geográfica de este tipo de televisiones. Sicilia, Campania, Puglia y la Toscana, en el centro y sur del país, son las zonas en las que se pueden contar mayor cantidad de iniciativas.

A pesar de lo numeroso de este fenómeno, las audiencias son poco significativas –en torno al 6,3%–, su público es de nicho y suponen finalmente un 5,9% de la facturación publicitaria de un total de 400 millones de euros. Una cantidad que parece insuficiente si tenemos en cuenta que estos autores señalan un déficit económico (Idem:144), que conllevará la imposibilidad de supervivencia de todas las televisiones locales o la necesidad de replantear su modelo de negocio. Esta situación está concretándose, por un lado, en un proceso de integración horizontal que lleva a las emisoras a crear *lobbies* o grupos de presión, que aúnen sus intereses en el mercado y conseguir así una mayor eficiencia económica. Por otro, tenemos que considerar la expansión de los grupos de comunicación que, como en el caso español, ven en el sector local la posibilidad de expandir sus intereses a otros ámbitos comunicativos.

Es significativo, del mismo modo, el proceso de diversificación en las plataformas de difusión que estas televisiones han experimentado. Además de su emisión por onda electromagnética, muchas emisoras locales han dado el salto al cable y al satélite que eliminan las restricciones de espectro propias de la emisión terrestre y amplían su público potencial.

En el ámbito de la TDT, la Ley Gasparri de 2004 reserva un tercio del espectro radioeléctrico para este tipo de televisiones. La Televisión Digital supondrá una reducción en el número de emisoras, bien porque no obtendrán licencia, o bien porque no podrán afrontar las inversiones económicas que implica (Barca, 2007:108). Se espera así un redimensionamiento del mercado, con lo que éste ganará en eficiencia económica.

No podemos terminar sin mencionar el especial papel que las televisiones locales están jugando en el nuevo entorno digital. Éstas, con la ayuda de las administraciones locales, han entendido su ventaja competitiva con respecto a otras modalidades de televisión y están apostando por los servicios de T-Administración en un intento de consolidar sus lazos con el ciudadano. Varios grupos de comunicación –Mediaset, Telecom Italia- o la RAI

han llegado acuerdos con diferentes administraciones para desarrollar este tipo de servicios (Idem:114).

2.1.1.2. La televisión local en España

Dentro de la tendencia a la descentralización que se concreta en la creación de los primeros Centros Territoriales de Televisión Española –Barcelona y Canarias (1964), Sevilla, Valencia, Bilbao y Santiago de Compostela (1969-1971)-, la televisión local en España viene por fin a romper la estructura monopolística del sistema audiovisual (López Cantos, 2005:27) al comenzar la década de los ochenta. TV Cardedeu, que inicia sus emisiones el 23 de junio de 1981, constituye la primera experiencia local en nuestro país y supone de facto el fin del monopolio de TVE antes incluso de las primeras televisiones autonómicas¹². Surge como resultado de la voluntad de un colectivo de vecinos y profesionales que consideraba la televisión como medio al servicio de la comunidad. De este un modo, nace ‘Asociación de Amigos de la Radio y Televisión de Cardedeu’ que consigue cuatrocientas suscripciones de 5.000 pesetas cada una recaudados para la puesta en marcha del proyecto. Estos inicios se ven rápidamente truncados, dado que la emisora es clausurada el mismo día de su inauguración, en un “acto presidido por el, en aquel entonces, presidente del Parlamento de Cataluña, Heribert Barrera” (Iborra, 1995:101). Cierres que serán habituales en estos primeros años de existencia de la televisión local en nuestro país.

Pero el fenómeno local no quedó en esta experiencia y rápidamente se extendió por Cataluña y por otras comunidades españolas, principalmente Andalucía y Comunidad Valenciana. De manera paralela, podemos citar el

¹² IBORRA, PERE. “Apuntes para una historia de la Televisión Local en Cataluña” en FARIAS, P. y MULTIGNER, G. (Eds.), “La televisión local frente al reto del cable”, Diputación Provincial de Zaragoza, Zaragoza, 1995.

inicio de las emisiones de otra de las primeras televisiones locales españolas, que emitía de manera irregular desde 1979 en Sanlúcar de Barrameda. En este año un empresario colocaba un repetidor de televisión, que sería el germen de una empresa de video comunitario, en la línea de las primeras experiencias norteamericanas.

Una reunión de las cincuenta televisiones locales catalanas en 1984 acabará con la firma del "Acta de definición" en la que se defendía un modelo concreto de televisión local, "una televisión docente-cultural". Este movimiento se concretará finalmente en 1985 con la creación de la primera asociación de televisiones locales, la Federación de Televisiones Locales de Cataluña. Asociación que supone el inicio de un fenómeno que también se generalizará en nuestro país ante la proliferación de emisoras que, como veremos, comparten los mismos problemas en su actividad diaria: falta de un marco normativo específico, falta de profesionalización, pérdida de interés de los promotores, incapacidad institucional para un diálogo efectivo, etc. (López Cantos, 2005).

Por tanto, la situación en la que se produce el nacimiento de las locales debe enmarcarse en un momento de cambio en el panorama televisivo. Con la llegada de las televisiones privadas y autonómicas, la televisión pública nacional debe replantearse su posición y se ve abocada a competir con las nuevas emisoras, que no son más que el resultado de una traslación de este modelo estatal a sus correspondientes ámbitos regionales.

En el texto "La televisión local como propuesta innovadora" de Agustín García Matilla y Francisco Pérez, se distinguen tres períodos que la evolución histórica de la televisión local en España¹³. La primera fase abarca desde la aparición de las primeras televisiones hasta 1985. La televisión local en España nace inmersa en un proceso histórico de recuperación de las libertades

¹³ GARCÍA MATILLA, A Y PÉREZ, F., "La televisión local como propuesta innovadora" en Perspectivas de la radio y televisión pública, Diputación de Sevilla, Sevilla, 1998, pp. 74-76.

democráticas. Desde los orígenes pioneros de TV Cardedeu (1980), la televisión local se manifiesta como un medio de comunicación dinámico, presentando un modelo de televisión alternativo, democrático y participativo.

Las primeras iniciativas de este tipo de televisión surgen en respuesta al interés suscitado por la celebración de fiestas populares, procesiones, encierros, etc., eventos en los que se aúna tradición, lengua y cultura. De ahí, que no sea casual que las primeras experiencias en este campo se produzcan en comunidades con diferenciaciones lingüísticas como Cataluña, Islas Baleares y el País Vasco, en las que el fenómeno local vivió su mayor apogeo en el período.

Además, hay que resaltar que estas experiencias fueron posibles gracias al apoyo de importantes empresas fabricantes de equipamiento -como Sony, Panasonic o Thompson- que facilitaron sus productos a un bajo precio para que estos colectivos llevaran a cabo sus proyectos sin ánimo de lucro (Écija, 2005:131).

En una segunda etapa (1986-1989) se produce la necesaria transformación de los videos comunitarios en televisiones locales debido a la problemática legal que suscitan. En esta época surgen más de cuarenta televisiones locales localizadas geográficamente en Andalucía, y algunos puntos de Murcia y la Comunidad Valenciana. Estas nuevas televisiones responden a unos rasgos comunes:

1. El sistema de transmisión empleado es el cable.
2. El fenómeno de las televisiones locales afecta principalmente a pequeñas poblaciones.
3. La iniciativa es privada y, por tanto, con fines lucrativos, generados por pequeños videoclubes, tiendas de electrodomésticos, estudios fotográficos, etc.

4. La oferta básica sigue siendo, como en el vídeo comunitario, las películas que, al carecer de los correspondientes permisos, provocan multitud de conflictos legales.
5. A esta oferta básica se suma la reemisión de canales vía satélite. La emisión de programas de producción propia se reduce inicialmente a algún informativo local, debate o retransmisión de eventos que se producen en la localidad.

En estos años se produce una lenta incorporación de los Ayuntamientos al fenómeno de la televisión local, con especial incidencia en Andalucía y la Comunidad Valenciana. En la Comunidad de Madrid, la primera experiencia tiene lugar con la Televisión Municipal de Alcobendas durante febrero de 1987, que consigue emitir tres días antes de ser clausurada por la Administración.

Ya en la década de los noventa, la televisión local se extiende a todas las Comunidades Autónomas, y culminará con la aprobación de un marco regulatorio para el sector, después de una dura batalla de las televisiones por conseguir régimen legal. Este es el período en el que más emisoras se ponen en marcha, desarrollándose con más fuerza en aquellas comunidades que no poseen canal autonómico, y que surgen, por tanto, como proyectos que intentan sustituir a medio plazo a los terceros canales. Tenemos también que resaltar la incorporación al ámbito local de los grupos de comunicación de prensa y radio que, al calor de la regularización, toman posiciones antes del reparto de frecuencias.

En las televisiones locales de esta época podemos señalar algunas características comunes como son:

1. El sistema de transmisión elegido en mayor proporción son las ondas hertzianas.
2. La iniciativa de estos proyectos es privada, con intereses comerciales.

3. Traslación al ámbito local de la fórmula generalista, de reciente implantación de los canales privados.

La aprobación de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres supone, como veremos más adelante, un punto de inflexión en la historia reciente de este tipo de televisión (Rozados, 2000). Esta norma, que quedará sin aplicación al no aprobarse un Plan Técnico Nacional que estableciera las frecuencias radioeléctricas necesarias para convocar los concursos, dividirá las emisoras de televisión local en dos tipos: legales e ilegales. Siendo las televisiones legales aquellas que iniciaron sus actividades con anterioridad al 1 de enero de 1995 y, por tanto, podrían acogerse a la disposición transitoria primera de la ley y presentarse al concurso de licitación. Por el contrario, aquellas emisoras que surgieron con posterioridad a la mencionada fecha son totalmente ilegales y, por tanto, la Administración debería instarlas a cesar sus actividades.

Por ello, debemos considerar una cuarta etapa en esta clasificación histórica que se extendería desde la aprobación de la Ley 41/1995 hasta la llegada de la digitalización, como medio para estabilizar el sector local de televisión y que será analizado en el apartado 2.2. de este capítulo.

Por su parte, Hugo Écija Bernal establece en su *Libro Blanco del Audiovisual. Hacia una nueva política audiovisual* una clasificación alternativa (2005:131-133), también en tres períodos sobre la evolución histórica de la televisión local en nuestro país. Una primera etapa que englobaría la década los ochenta y que se caracterizaría por la ausencia de un marco normativo para el sector. Los inicios de la década de los noventa marcarían una segunda fase que finalizaría con la aprobación de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres, y el último período que supone "la reordenación del sistema audiovisual" a manos del Partido Popular mediante la implementación de la Televisión Digital Terrestre.

2.1.2. Modelos de televisión

Dentro del ámbito de la comunicación local, podemos apreciar diferencias significativas en cuanto al mensaje y a la manera de recibirlo. El consumidor de los grandes medios de comunicación adopta posturas más pasivas ante los mensajes que recibe. Sin embargo, en la comunidad local el receptor es más crítico con el mensaje; se identifica más con el proceso y, aunque no se produzca una doble vía en la comunicación, el referente se encuentra más próximo y, por tanto, tiene más elementos de juicio para analizar el mensaje.

Por todo ello, debemos considerar estos factores a la hora de analizar el contexto en el que se va a realizar la comunicación local. Uno de los más importantes que hay que tener en cuenta es la filosofía del proyecto. Tomando en consideración la ideología bajo la que nace una televisión local, podemos distinguir dos tipos de filosofía a la hora de afrontar los modelos de televisión local:

- La televisión local como servicio público. Este tipo de televisión surge como respuesta a los medios de comunicación de masas, presentándose como un medio más próximo al ciudadano, que atiende a las especificidades de su entorno. Por tanto, puede desempeñar funciones sociales o educativas que sirvan para reducir las diferencias entre los pueblos y para dotar de mayor cultura a la población.
- La televisión local entendida como una empresa más que se desenvuelve en una sociedad de libre mercado, y que como tal debe guiarse por criterios de rentabilidad económica. Este modelo supone necesariamente un distanciamiento de los ciudadanos y de la participación de éstos en el medio, corriendo el riesgo de subordinar aspectos fundamentales, como por ejemplo es la programación, para la consecución de ingresos publicitarios.

Aunque la taxonomía no es una ciencia exacta y son multitud los factores (titularidad, sistema y tecnología de transmisión, programación, etc.) que determinan la tipología de una cadena de televisión. Pero, trataremos de abordar las diferentes concepciones y estructuras en las que se concreta la comunicación local en el mercado de televisión teniendo en cuenta la aproximación ideológica del proyecto, anteriormente expuesta, así como atendiendo a la titularidad de la emisora.

La primera dificultad que nos encontramos en esta situación es tratar de definir qué es una televisión 'local', un concepto que, para Bustamante (1999), es "ambiguo y polisémico". Navarro trata de aportar una definición sencilla para referirse a este fenómeno: "consiste en producir y emitir, en y para una zona determinada, contenidos netamente locales" y que será lo que les diferencie del resto de modelos televisivos (1999:70). Parece, por tanto, que el modelo de televisión local está condicionado por el área de cobertura – restringida a una zona determinada- y la programación –especializada en contenidos vinculados a la zona de cobertura.

Para Bustamante, "la articulación de diversos factores dará como resultado múltiples modelos: sistema emisor, programación, ámbito de recepción, naturaleza del medio y del canal, usos sociales del proceso emisor, marco jurídico-político" (1999:147).

Contamos, por tanto, los primeros factores que nos ayudarán a la hora de analizar las experiencias de televisión local y poder extraer de ellas modelos de actuación. Podemos hablar entonces de modelos de televisión local ateniendo a los siguientes criterios:

1. Filosofía del proyecto que nos llevará a clasificar las experiencias locales en alternativas o comunitarias, municipales y comerciales.

2. Titularidad de la emisora de televisión: pública, privada o mixta. La propiedad de la televisión condicionará las fuentes de financiación, estrategias y contenidos de la cadena local.
3. También debemos tener en cuenta el sistema de transmisión de la señal de televisión como un elemento fundamental a la hora de realizar una clasificación. El hecho de que una emisora de televisión local emita sus contenidos a través de ondas hertzianas o cable, no condiciona tanto su programación o estructuras, como su régimen legal. Como se estudiará a continuación, la legislación española establece un régimen especial para aquellas emisoras terrestres, dejando que aquellas que emitan por cable se regulen a través de la normativa específica para este sistema sin discriminar el área de cobertura (local, regional o nacional).

En cualquier caso, Navarro (1999:71) señala las características comunes que deberán reunir todas las televisiones locales:

- Emisiones circunscritas a uno o varios municipios.
- Programación basada en la producción propia de sus contenidos.
- Atención a la cultura de la comunidad a la que se dirige
- Participación ciudadana

Tras un estudio detallado de los factores que condicionan el modelo de una televisión local, debemos considerar las diferentes tipologías de televisión local que podemos encontrar según los autores. En primer lugar, Prado (1991:16) establece una clasificación basada en las fuentes de financiación. Esta misma tipología es reflejada por Oriol Costa i Badia, Pérez Tornero y Martínez Abadía (1992:13). Podemos hablar de emisoras:

- Comerciales, financiadas por publicidad.
- Comunitarias, sin afán de lucro y subvencionadas por los fondos públicos.

- Mixtas, en cuanto a su financiación, es decir, que combinan los ingresos procedentes de su participación en el mercado publicitario con la financiación procedente de las instituciones públicas.

Una clasificación más compleja, basada tanto en la financiación como en la filosofía del proyecto, la encontramos en Navarro (1999:72-77), quien habla de televisiones comunitarias, públicas y comerciales.

2.1.2.1. Televisión Comunitaria o Alternativa.

Una vez consolidados los medios de masas a partir de los años sesenta, surge un tipo de comunicación que se enfrenta a las grandes corrientes rompiendo los discursos dominantes. En un primer momento este tipo de comunicación se configura como un instrumento de lucha popular contra el poder. Pero se enfrenta a diversos inconvenientes:

- La voluntariedad de los promotores. La imposibilidad de planificar a largo plazo crea una gran inestabilidad del proyecto.
- El acceso reiterado de la comunidad a los equipos de producción puede hacer que pierdan interés por el medio.
- Fuentes de financiación poco definidas, generalmente privadas. Cualquier intento de financiación pública reduciría su carácter alternativo.

2.1.2.2. Televisión Pública

La televisión promovida o financiada por las corporaciones locales y, por tanto, demuestra una clara y necesaria vocación de servicio público, al igual que el resto de televisiones públicas de cobertura nacional y autonómica, o incluso las emisoras de radio municipales. A pesar de no ser el

modelo más habitual en nuestro mercado, podemos constatar la existencia en algunas ocasiones de una desvirtuación de su objetivo principal -el servicio a la comunidad-, ya que en, su búsqueda de lograr una supervivencia económica o, al menos, una reducción de costes para las arcas públicas, pueden optar por la participación en el mercado publicitario. De este modo, podríamos hablar de un modelo de doble financiación pública-comercial. Por todo ello, dentro de este tipo de emisoras, nos podemos encontrar con las siguientes posibilidades:

- Emisoras públicas de servicios a la comunidad. Financiadas íntegramente por el ayuntamiento, como un servicio más a la comunidad. De este modo, su programación está compuesta por programas informativos, culturales y de entretenimiento. Este tipo de emisoras no emite publicidad salvo campañas de concienciación ciudadana, publicidad institucional, etc. Al eliminar de su programación películas y todos aquellos espacios ajenos a la localidad, se produce una importante reducción en las horas de emisión.
- Emisoras públicas de carácter comercial, que cuentan con dos fuentes principales de financiación: las subvenciones municipales –con cargo a los presupuestos de la corporación- y la publicidad local. En este sentido, podemos considerar que en muchos casos se produce en cierta manera un abandono de la filosofía de servicio público para preocuparse por la captación de audiencias y la búsqueda de publicidad, como sucede en las televisiones públicas españolas de coberturas más amplias.

2.1.2.3. Televisión Comercial

Es la televisión entendida como una empresa y, por tanto, su principal objetivo es la obtención de beneficios, que no tienen por qué ser siempre económicos. También, en muchos casos, podemos encontrarnos con emisoras cuyos fines son propagandísticos o de carácter religioso. Ello condicionará

todos los aspectos de la emisora pero, sobre todo, supondrá un cambio en la programación. Se experimentará un cambio de orientación hacia espacios de entretenimiento más acorde con todo tipo de públicos.

Sin embargo, para López Cantos y Mayugoi, esta clasificación, vigente durante más de veinte años en nuestro país, “es básica y poco actualizada” (Latorre, 2004:546). Ambos autores indican el retroceso en las experiencias de carácter comunitario frente a las televisiones impulsadas por la iniciativa privada. Apuntan además la emergencia de un nuevo modelo de gestión mixto o de cooperación entre una empresa y una entidad pública, “en el que las instituciones realizan las infraestructuras y la empresa privada se ocupa de la actividad diaria de producción siguiendo los parámetros de programación definidos por los responsables políticos. Se trata, por tanto, de la externalización de la producción de una emisora pública, donde la empresa privada se ocupa de la gestión del día a día de la televisión, en aras de lograr una eficiencia económica.

En esta línea, Badillo (2005) recoge una clasificación similar de televisiones locales: municipalistas, mercantilistas, y las iniciativas presentadas por los ayuntamientos de manera conjunta con las ONG´s. Ésta última tipología recoge la participación de la sociedad civil, a través de las organizaciones sin ánimo de lucro, para proporcionar servicios a la comunidad a la que se dirigen.

Por otro lado, Guimerá (2006), en su estudio de las televisiones locales en Cataluña, apunta la existencia de televisiones comunitarias, profesionalistas y de proximidad. Señala a las televisiones comunitarias como aquellas vinculadas a los ciudadanos de un municipio y que nacieron en un clima de recuperación de libertades y reforzamiento de la identidad cultural de una

comunidad. Una televisión sin ánimo de lucro que canaliza las ansias de participación de los ciudadanos. Este modelo, hegemónico en nuestro país hasta finales de los años ochenta, tiene como máximo representante a TV Cardedeu, la primera televisión local en España.

Desde finales de la década de los ochenta, este tipo de televisiones de carácter 'amateur' dan paso a otras iniciativas con contenidos más elaborados, mayor alcance de sus emisiones y con un modelo de financiación más definido. Son lo que el autor denomina como las televisiones profesionalistas y que se concretan, a su vez, en dos modelos: emisoras públicas con participación limitada en el mercado publicitario y emisoras privadas con vocación de servicio público.

Cada vez más, las emisoras buscan alcanzar coberturas territoriales más amplias, en un intento de asegurar la viabilidad financiera. Tendencia que será confirmada con el diseño territorial aprobado con la Televisión Digital Terrestre. En este nuevo panorama, Guimerá considera que los contenidos de proximidad se configuran como la clave del mercado. De este modo, la televisión de proximidad buscará ofrecer a sus ciudadanos contenidos arraigados al territorio y a la comunidad a la que se dirigen.

Pero, sin duda, una de las clasificaciones más exhaustivas es la que recogen Moragas, Garitaonandía y López en su libro 'Televisión de proximidad en Europa' (1999:22-25) y que a su vez es recogida por Bustamante (1999). Estos autores hablan de la 'televisión en las regiones', que se diferencia de otros modelos "por su posibilidad de ofrecer una programación de proximidad", una programación cercana a la realidad a la que se dirigen (Fernández Soriano, 1998:85). Establecen una tipología de televisiones de proximidad, que incluye, además de las locales, televisiones de cobertura regional. A pesar de la diversidad de fórmulas –culturales, lingüísticas, geográficas, políticas-, presentan siete modelos de televisión de proximidad:

- Televisiones de producción delegada en la región. Son aquellos centros regionales que, sin emitir para una ciudad o región, alimentan con programación a una televisión nacional, actuando además como delegaciones de ésta. Es una tipología en desuso ya que la tendencia es a que estas televisiones acaben ofreciendo algunas emisiones para la zona de cobertura.
- Televisiones descentralizadas, en las que los centros territoriales, dependientes de la televisión nacional, producen y emiten espacios para su área de cobertura. Estamos hablando, por ejemplo, de los centros territoriales que televisiones como Televisión Española, tienen diseminados por el territorio nacional.
- Televisión de desconexión regional. Evolución del modelo anterior, este tipo de emisoras ofrecen una parrilla más completa con programas culturales, debates, concursos, etc., que incluyen publicidad regional. Es el caso de TVE Canarias y TVE Cataluña que presentan una identidad propia y diferenciada de la televisión nacional.
- Televisión de organización federada, creada por la asociación de organismos regionales, independientes entre sí, pero que contribuyen a un canal nacional. Es el caso de los organismos de televisión de los länder alemanes.
- Televisión independiente de cobertura específicamente regional. Son aquellas emisoras que, de manera independiente, crean y emiten su programación generalista para una región determinada, como por ejemplo, las televisiones autonómicas españolas.
- Televisión regional independiente con cobertura suprarregional, nacional o internacional. Se trata de la emisión del anterior tipo de televisiones vía satélite para zonas de cobertura más amplias, ya sean de carácter nacional o internacional.

- Televisión local de influencia regional. Son televisiones locales cuyas emisiones se reciben prácticamente en la totalidad de una región pero no pueden ser consideradas como regionales.

Al mismo tiempo, estos autores, considerando la rapidez de las transformaciones del sector, establecen nuevas tipologías en función de criterios como la función comunicativa, el uso de la lengua o el área de cobertura. Teniendo en cuenta la función comunicativa de las emisoras, podemos hablar de 'televisiones espejo' y 'televisiones ventana'. Siendo una 'televisión espejo' aquella que refleja "la realidad local con una programación completa e independiente" y una 'televisión ventana', la que inserta "en una programación de ámbito nacional espacios desconectados dirigidos a la región o ciudad en cuestión".

En cuanto al tratamiento de la lengua, se pueden distinguir tres tipos de televisiones según utilicen mayoritariamente la lengua oficial del Estado, la Comunidad en la que operan, o ambas.

Por último, los autores distinguen, por el área de cobertura al que se dirigen, los siguientes tipos de emisoras: de barrio, locales o urbanas, metropolitanas, comarcales, regionales, regionales con cobertura nacional y regionales con cobertura real internacional.

Moragas propone la utilización del concepto de 'televisión de proximidad' para designar aquellas televisiones locales que prestan una atención preferente a una comunidad determinada. El término '*télévision de proximité*' surge en Francia a finales de la década de los ochenta para denominar "las nuevas desconexiones urbanas del canal público de cobertura nacional France 3" (1999:19). Una definición más completa podemos encontrarla en Prado (2004:32). Es "aquella que se dirige a una comunidad local delimitada territorialmente, pero que lo hace con contenidos relativos a la experiencia cotidiana de los receptores, a sus preocupaciones, a su

patrimonio cultural, a su memoria histórica, etc., con voluntad de incrementar la participación social de la comunidad".

Y es precisamente esta proximidad la que diferencia a la televisión local del resto de televisiones y la que puede presentarla como una alternativa en un nuevo escenario digital en el que la viabilidad económica de la televisión local ofrece serias dudas. Se trata de "una oportunidad de garantizarse una fidelidad de una audiencia que difícilmente conseguirá si pretende utilizar el mismo modelo de contenidos de las televisiones de ámbitos superiores que cuentan con recursos mayores y con mercados mucho más amplios para obtener un retorno a sus inversiones en contenidos" (Prado, 2004:35).

La digitalización de la señal de televisión conlleva una transformación en el concepto de televisión local (Maneiro, 2004:12). La legalización definitiva de estas emisiones define un nuevo modelo de emisora. Por un lado, se modifica el ámbito de cobertura. La cobertura municipal deja paso a la demarcación, que implica una cobertura comarcal o, en algunos casos, supracomarcal. Pero, sobre todo, la llegada de la TDT, como veremos más adelante, rompe con el modelo previsto por la Ley de 1995, ya que desaparece la prohibición tácita de emitir en cadena. De esta manera, la Ley 53/2002 en su artículo 7.5 establece la posibilidad de autorizar este tipo de emisiones teniendo en cuenta criterios de proximidad entre distintas zonas.

Maneiro (2004:64-68) distingue cuatro modelos de TDT local, teniendo en cuenta la posibilidad de emitir en cadena y la titularidad de sus emisiones:

- Televisiones municipalistas, gestionadas por los Ayuntamientos. Es necesario el acuerdo entre, al menos, dos corporaciones locales de una misma demarcación.
- Televisiones locales privadas, de carácter comercial, que pueden llegar a acuerdos para emitir simultáneamente los mismos contenidos a lo largo del día.

- Cadenas locales integradas en una red de televisión nacional. En cualquier caso, éstas no podrían alcanzar más del 25% de la población o el equivalente a diez millones de habitantes.
- Emisoras independientes pertenecientes a televisiones nacionales que se dedican a este sector creando cadenas de televisión local.

2.1.3. Funciones de la televisión local

La televisión local, por el contexto en el que desarrolla su actividad comunicativa, estrechamente relacionada con el entorno y los ciudadanos que viven en éste, debe cumplir con una serie de finalidades que se correspondan con su propia naturaleza. En este sentido, la televisión local debe ser considerada como un medio esencial para cumplir con una serie de funciones de servicio público. Para Prado (2004:37) a la televisión local pueden trasladarse las “funciones históricas y nuevas de la televisión pública”. Distinguimos entre las primeras las “funciones de pluralismo y garantías democráticas, de participación política, de dinamización cultural, de expresión de la identidad, de control de calidad de la programación, de creatividad, de educación, de equilibrio territorial, de desarrollo económico, etc.”. Mientras que, entre las nuevas funciones que se le pueden atribuir a la televisión pública, podemos destacar el hecho de constituirse “como elemento equilibrado del nuevo sistema de comunicaciones en la era digital”.

Al mismo tiempo, Prado señala que las televisiones de proximidad tienen, además, otras funciones específicas y diferenciadas como, por ejemplo, la dinamización de la vida local política y culturalmente, fomento de la participación ciudadana y de la formación de éstos en los medios, de innovación y desarrollo de la producción local audiovisual, etc.

Por todo ello, podemos concluir que la televisión local, considerada como un servicio a la comunidad, debe cumplir una serie de funciones esenciales (Oriol *et al*, 1992: 12):

- Debe permitir el acceso y la participación de los ciudadanos de una localidad. La televisión local debe que potenciar las cuestiones locales y ayudar a la formación de opiniones activas sobre las mismas.
- Tiene que fomentar la creación audiovisual y servir de estímulo para la participación del no profesional en el medio.
- Para ello, debe actuar como un puente entre el sistema educativo y cultural de las comunidades.
- Tiene que prestar servicios concretos a la comunidad a la que se dirige para, en ningún momento, acabar convirtiéndose en un mero instrumento de los espectadores.

Pero ello supone la aceptación de tres principios:

- a) La televisión local como un servicio público al ciudadano, con mentalidad comunitaria, sin que ello suponga la exclusión de la iniciativa privada del mercado. Debe ser útil a la vida comunitaria.
- b) Aligeramiento de técnicas de producción. Por su operatividad y menor coste puede facilitar el acceso y la participación de los ciudadanos.
- c) La producción debe asumir el compromiso de la participación de no profesionales y la vocación por los temas cercanos a la comunidad.

Para Bustamante, esta modalidad de televisión debería desempeñar “una función esencial, como sector clave de la articulación entre cultura e industria, como locomotora del conjunto de industrias culturales de la región” (Vacas, 2000:19).

Por otra parte, la participación de la Administración es necesaria para que las televisiones locales puedan desempeñar estas funciones mediante (Oriol *et al*, 1992: 76):

1. Búsqueda de un marco legal adecuado, que permita a las cadenas de televisión local desempeñar sus actividades en un marco exento de incertidumbres.
2. Financiación de las estrategias básicas, concretadas principalmente en la disposición de un centro de recursos y bancos de imágenes.
3. Establecimiento de fórmulas de apoyo y estímulo de la creación audiovisual.
4. Fomento de las relaciones entre los distintas emisoras de televisión y que se concretará en la creación de cooperativas. Sinergias que serán fundamentales en la nueva era digital
5. Nexo estable entre las estructuras educativas y las televisiones locales. La formación en las emisoras locales puede suponer el acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación.

La importancia de estas funciones, que debe encarnar la televisión local pública, debe ir acompañada de los mecanismos que le permitan cumplir con estos servicios que le han sido encomendados. Es, por ello, que deberían establecerse algún tipo de mecanismo que garantice la transparencia e independencia de estas televisiones. Se trataría de constituir consejos municipales de comunicación independientes que “velen por la neutralidad política, la eficiencia de la gestión y por el cumplimiento de los contratos programa establecidos para estas televisiones” (Prado, 2004:37). Estos consejos deberían supervisar a todas aquellas televisiones que cuenten con financiación pública para evitar que sean utilizadas con fines partidistas y, por tanto, queden fuera del control democrático.

2.1.4. Sistemas de financiación

Al tratar de analizar los aspectos económicos de las televisiones locales nos encontramos con una situación terriblemente compleja, si tenemos en cuenta que la falta de legislación y el temor a las sanciones, desaniman a los empresarios a hacer públicas estas cifras. Lo que sí es evidente es la precaria situación económica de la mayor parte de operadores de televisión local, circunstancias que se complican con el advenimiento de la tecnología digital a la onda hertziana. A continuación trataremos de estudiar los costes que estas emisoras tienen que hacer frente, así como los recursos con los que cuentan para enfrentarse a esta situación.

El proceso de creación de una televisión local supone una inversión más o menos cuantiosa, en función de una serie de parámetros como el presupuesto de funcionamiento, el sistema de emisión, etc., todo ello con una amortización relativamente corta (5-7 años). Según Navarro Moreno, (1992: 212), la inversión mínima para alcanzar la calidad *broadcast* es de 25 millones de pesetas. Si bien la realidad es que la mayoría de las emisoras que funcionan en la actualidad no ha realizado un desembolso tan importante. Sin embargo, la llegada de los grandes grupos de comunicación elevan estas inversiones iniciales. Además, hay que tener en cuenta que es necesario un presupuesto mínimo anual para hacer frente a los sueldos, renovación de equipos, mantenimiento de los mismos, etc.

Pero, todas estas inversiones se incrementan en un nuevo escenario digital. A los gastos habituales de operación, hay que sumarle todos los derivados de la digitalización del proceso productivo: adquisición de nuevos equipamientos, formación de personal, costes de distribución de la señal de televisión, el gestor del múltiplex, etc., desembolsos que las televisiones locales –con licencia ya digital- deben simultanear con los gastos anteriores de operación en el mercado analógico.

Para hacer frente a todas estas inversiones las televisiones locales necesitan obtener ingresos. Las principales fuentes de financiación de estas emisoras se pueden resumir en (Bustamante, 1999):

1. Subvenciones públicas, procedentes principalmente de los ayuntamientos a través de sus presupuestos municipales, pero también de las Comunidades Autónomas. Estas ayudas públicas, por tanto, podrán ir destinadas tanto a la gestión directa de una emisora, como a la financiación de determinadas partidas o proyectos.
2. Publicidad. Es el modo de financiación más recurrido, con independencia de la titularidad de la emisora. Las televisiones locales tratan de captar un sector de la publicidad procedente de las pequeñas y medianas empresas que no tienen cabida en las televisiones de ámbito nacional. Como veremos, cada vez más, los grupos de comunicación consideran el sector local como estratégico por la falta de explotación del mercado publicitario. Las principales formas de publicidad utilizadas son los spots, las sobreimpresiones, publirreportajes, fotos fijas o el patrocinio.
3. Suscripciones y donativos, propios de las televisiones comunitarias. En este sentido, los espectadores se erigen en una de las principales fuentes de financiación de proyecto. Sin embargo, esta fórmula está en retroceso.
4. Venta de programas. Por ejemplo, los operadores de cable necesitan contenidos. Las emisoras locales pueden llegar a un acuerdo como suministradores de programas. De esta manera, se produce la convergencia entre televisiones locales y el cable, que permitirá a estas entidades tener mayor estabilidad y supervivencia. También existe la posibilidad de la venta de programas a otras emisoras de televisión local, que supone una medida para completar la parilla de programación de una emisora local de un modo asequible, sin que desvirtúe el concepto de 'proximidad'.

Junto a estas fuentes de ingresos económicos podemos destacar otros métodos en alza en la actualidad como pueden ser:

5. El alquiler de las infraestructuras técnicas y la prestación de servicios es una fórmula cada vez más utilizada. Algunas televisiones ofrecen a sus clientes la producción videográfica de anuncios publicitarios, la posibilidad de planificación y realización de su anuncio televisivo. De este modo, ofrecen un producto completo y cerrado a un precio asequible para el anunciante local, que carece de los medios y del conocimiento del medio para llevarlo a cabo por sí solo.
6. Formación audiovisual. Esta modalidad, más frecuente cada día, consiste en que las televisiones imparten cursos de formación para no profesionales bien a instancias de entidades públicas, como por ejemplo, el Instituto Nacional de Empleo (INEM) o la Fundación Tripartita (anteriormente FORCEM), o bien de manera independiente.

Todas estas técnicas para conseguir financiación son aplicadas al proyecto de una televisión, en mayor o menor medida, en función de la filosofía que se haya acordado para el mismo. De este modo, podemos hablar de:

- Televisión Municipal: se financia directa o indirectamente a través de los presupuestos anuales de las corporaciones locales. Estas subvencionan la emisora como un servicio más al ciudadano.
- Televisión Comunitaria: Utiliza el cobro de una tasa a una entidad o asociación ciudadana con arraigo en la localidad.
- Televisión comercial: se nutre de los beneficios obtenidos a través de la publicidad.
- Modelo mixto. Los recursos provienen de una doble fuente: los presupuestos del Ayuntamiento y de la participación en el mercado publicitario.

Por lo anteriormente expuesto, podemos concluir que la llegada de la digitalización no hace sino complicar la ya de por sí delicada estructura financiera de las televisiones locales que, en muchos casos, operan por debajo de los niveles mínimos de viabilidad financiera (Bustamante, 1999:151). A pesar de las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología digital, "los cambios acelerados en comunicación van a amenazar la existencia de la televisión de proximidad" (Moragas, 1999:38).

El nuevo escenario digital se presenta aún más complicado para las televisiones locales que deberán enfrentarse al incremento de los costes de producción –y de reconversión tecnológica, en su caso-, en un entorno cada vez más competitivo dada la proliferación de emisoras digitales. Pero, sobre todo, señala Moragas, el principal problema es la ausencia de políticas de comunicación que otorguen a la televisión de proximidad la importancia que tiene en el contexto comunicativo.

Por tanto, el futuro de estas emisoras dependerá de la capacidad que tengan para establecer sinergias con otras emisoras, de producir programas alternativos a la oferta generalista –contenidos de proximidad orientados a la demanda del ciudadano-; pero, sobre todo, la viabilidad económica de la televisión local se centra en la posibilidad de encontrar nuevos modelos de negocio, que supongan para este tipo de emisoras fuentes de financiación estables y definidas, dado que ninguna de las anteriormente expuestas parece suficiente, por sí sola, de garantizar un volumen de ingresos suficiente.

2.1.5. Programación

Con la llegada de la desregulación, y con ella de las nuevas televisiones, surge la necesidad de competir y, en este sentido, la programación se convierte en un elemento central y estratégico. Es pues un aspecto que requiere la máxima atención en aras de la consecución de los objetivos marcados.

Es por ello que la programación de una televisión local debe estar necesariamente en consonancia con la relación especial que se establece entre el ciudadano y su contexto comunicativo. Sin embargo, en la actualidad es difícil hablar de programación local por diversos motivos (Oriol *et al*, 1992:14). Principalmente por la falta de definición en el modelo de televisión elegido; las mismas emisoras municipales se ven forzadas a competir en el mercado publicitario con las consecuentes repercusiones en sus contenidos. Además, no hay que olvidar que la falta de experiencia en el sector –cada vez menos habitual- o el carácter de improvisación presente en muchas de estas emisoras, que carecen de una parrilla estable de programación que fluctúa en función de los factores como la estación del año, las fiestas municipales o las posibilidades económicas (Navarro, 1999).

En cualquier caso la programación debe ser elaborada por y para los ciudadanos de una comunidad y ser fruto de la experimentación de nuevos modelos. Los principios que deben tenerse en cuenta a la hora de elaborar la programación de una televisión local son los siguientes (Oriol *et al*: 1992:14):

1. La información local debe ser un diseñarse como útil para el ciudadano.
2. La programación debe participar de la vida de la comunidad a la que se dirige.

3. Como servicio al ciudadano, la televisión local tiene que atender a las especificidades de los grupos.
4. Debe utilizar un estilo no tradicional de presentación y de elaboración de los programas.

La programación es, al mismo tiempo, uno de los elementos en los que se debe de manifestar el concepto de servicio público. Por su cobertura restringida, debe ser diseñada de acuerdo a las necesidades concretas de las comunidades a las que están destinadas, de manera que se constituya como expresión de la vida local y permita satisfacer las peculiaridades de esa comunidad. Para Montes, la programación debe estar basada en un alto número de horas de producción propia prestando atención a los siguientes géneros (Farias y Multigner, 1995:108-111):

1. Informativos. Son prioritarios en número de horas porque permiten la conexión del ciudadano con su entorno. Deberán realizarse de acuerdo a una serie de parámetros como son el número de habitantes, el área de cobertura, edades de la población, nivel cultural, estatus, etc., para poder adaptarse y satisfacer al mayor número posible de habitantes de la localidad.
2. Entretenimiento. Programas que han ido adquiriendo más peso en los últimos años desplazando a los culturales y educativos.
3. Deportivos. Deben ir más allá de la mera retransmisión de acontecimientos que ya tienen cabida en las televisiones nacionales. Las televisiones locales deben tener también la función de dar a conocer acontecimientos deportivos presentes en la comunidad, así como de deportes minoritarios con el fin de aumentar el número de aficionados.
4. Religiosos. Deben estar lógicamente en función de la comunidad a la que se dirigen.
5. Culturales. La televisión es un elemento dinamizador de su entorno, por lo que si no hay actividades culturales, habrá que crearlas.

6. Políticos, como la difusión de sesiones municipales, y ello permite informar al público y aumentar la participación de los ciudadanos en la política de la comunidad.
7. También debemos considerar otro tipo de programas de participación como son los de ofertas de empleo, de compra-venta, etc., permiten poner en contacto a habitantes de una misma localidad creando mayores lazos de unión entre sus miembros.

Pero, más allá de la creatividad en los contenidos de televisión, como alternativa al modelo generalista de las televisiones nacionales y autonómicas, la programación supone para las televisiones un gran problema "dado el coste inflacionario de los programas audiovisuales y la reducida talla de sus mercados" (Bustamante, 1999:149). El elevado coste de la producción de contenidos limita la capacidad económica de estas emisoras llevándolas a la búsqueda de nuevas fórmulas para la rentabilización de la programación. Fórmulas como la multidifusión de programas o la búsqueda de alianzas con otras emisoras locales para el intercambio de sus producciones y que serán objeto de análisis en el apartado 1.2.4.

Por su parte, los grupos de comunicación que participan en el mercado local utilizan la emisión en cadena como medida, no tanto para mejorar su rentabilidad dado que su situación económica es más favorable, sino para maximizar el beneficio obtenido. Pero este recurso, limitado por la ley de Televisión Local por Ondas Terrestres, empobrece la especialización en contenidos de proximidad de las televisiones locales para combinarlos con contenidos generalistas, buscando así asegurarse el éxito con un público más numeroso.

2.1.6. Audiencias

La viabilidad económica de las emisoras de televisión local, como ya hemos comentado, es bastante delicada. La aportación de los ayuntamientos no resulta ser suficiente para la financiación de las televisiones locales, por lo que estas tratan de obtener nuevos recursos a través de los ingresos publicitarios. Pero, teniendo en cuenta que, en la mayoría de los casos, el mercado local de anunciantes es muy escaso y poco productivo, la captación de financiación es un problema que se agrava cuando descubrimos que las audiencias de las televisiones locales son ignoradas por los estudios de mayor reconocimiento en España.

La propia situación y características de estas televisiones suponen una serie de condicionamientos para la medición adecuada de su audiencia. Estos son los siguientes:

- En primer lugar, por su propia definición local, las audiencias de estas emisoras no son cuantitativamente suficientes para alcanzar los umbrales muestrales que requieren los sistemas estándar de medición para generar datos fiables. Dichos sistemas fueron diseñados para cubrir las necesidades de las televisiones nacionales y autonómicas y, no son adecuados para la escala local, tan pequeña y segmentada (Bustamante, 1999:150). El tamaño de las muestras con las que se trabaja no permiten apreciar este tipo de audiencias y, sin audiencia demostrable, no existe publicidad, con lo que la posibilidad de atraer al inversor es mínima.

Cuanto menor sea el número de habitantes de una población a la que se dirige una emisora local, mayores dificultades encontrará para aparecer representada en los estudios de medios de comunicación. Por lo que, si se tiene en cuenta que la

mayoría de emisoras están instaladas en pequeños municipios, no se estarán auditando todas esas audiencias.

- Por otra parte, el carácter fragmentario –en términos geográficos pero también en cuanto a la oferta de contenidos- impide que estos sistemas de medición pueda aportar datos detallados de cada televisión. En el mejor de los casos, sólo es posible contar con información agrupada para el territorio nacional, una Comunidad Autónoma o una determinada red de televisiones.
- Por último, hay que considerar el coste que tienen estos estudios de audiencia, lo que no permite que muchas emisoras locales puedan abordarlo de manera individual. Por este motivo, son cada vez más las agrupaciones o asociaciones de emisoras las que han decidido encargar estudios propios de audiencia, que no siempre gozan de la misma credibilidad frente a los estudios de medición estándar.

Para el análisis de las audiencias en España se utilizan dos herramientas fundamentales: el Estudio General de Medios (EGM) y la audimetría. A continuación, expondremos la problemática particular de cada estudio para afrontar la cuantificación de las audiencias locales.

El 20 de julio de 1988 el Estudio General de Medios -hasta entonces una Sociedad Anónima- se convierte en la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) con lo que quedó más adecuada a sus objetivos y características: la investigación de las audiencias de los diferentes medios de comunicación, y la distribución de sus informes entre sus asociados, sin ánimo de lucro y respondiendo a principios democráticos en su organización y funcionamiento.

El Estudio General de Medios es el principal estudio presentado por la AIMC. Esta macroencuesta, que se realiza en nuestro país desde 1968, mide la audiencia de medios, consumo de productos y estilos de vida. Hasta 1997 la televisión local no era considerada como una variable de medición en esta encuesta. No obstante, desde 1995 se inicia la confección de una serie de estudios a nivel nacional sobre el sector local de televisión (López Cantos, 2005:48).

De este modo, la AIMC publicó, desde 1996 y hasta 2002, un censo de televisiones locales a nivel nacional con carácter trienal. El objetivo de este estudio es trazar un mapa sobre la situación de la televisión local en España. El último censo de televisiones locales, publicado en 2002, fijaba en casi 900 las televisiones locales existentes en España, un 21,1% más que en el análisis de 1999. Algunas de las conclusiones más importantes que cabe destacar de este estudio son las siguientes:

- La característica más acusada dentro del colectivo de televisiones locales es la variabilidad, ya que coexisten emisoras que emiten un día a la semana durante dos horas, e incluso aquéllas que sólo emiten durante las fiestas de la localidad, con organizaciones que cuentan con un presupuesto de cierta entidad, con un alcance significativo y con una programación regular y amplia.

Pero la variabilidad no sólo está en el tamaño y horario de las emisoras, sino también en otras características como el sistema de difusión (por ondas hertzianas o por cable), la propiedad (municipal, privada o mixta), etc.

- Por zonas, existe una gran concentración de televisiones en la costa mediterránea y toda Andalucía frente al resto de España. Las Comunidades con mayor número de televisiones locales son, por este orden: Andalucía (229), Cataluña (114) y la Comunidad Valenciana (97) y las que menos tienen son La Rioja y Navarra (ambas con 4).

Evolución del número de emisoras por Comunidad Autónoma

	Abril 1999	Octubre 2002	% Variación Octubre 2002/ Abril 1999
Andalucía	229	283	23.6
Aragón	17	22	29.4
Asturias	7	13	85.7
Baleares	24	25	4.2
Canarias	40	47	17.5
Cantabria	6	10	66.7
Castilla y León	31	55	77.4
Castilla La-Mancha	37	41	10.8
Cataluña	114	115	0.9
Ceuta y Melilla	2	4	100.0
C. Valenciana	97	122	25.8
Extremadura	12	20	66.7
Galicia	35	35	0.0
Madrid	32	36	12.5
Murcia	31	30	-3.2
Navarra	4	6	50.0
País Vasco	19	27	42.1
La Rioja	4	6	50.0
TOTAL	741	897	21.1

Gráfico 6: Evolución del número de televisiones locales en España (1999-2002).
Fuente: Censo de Televisiones Locales (AIMC)

- Si desagregamos los datos en provincias, son Barcelona (63), Alicante (48) y Sevilla (47) las que más emisoras acogen y Guadalajara y Segovia las que menos, contando cada una de ellas con una sola televisión local.
- Los municipios que más emisoras locales acogen son Madrid y Las Palmas de Gran Canaria, que cuenta con 13 y 11 respectivamente.
- Un hecho curioso es la dispersión de las televisiones, pues las 771 emisoras locales se reparten en 553 municipios. Las 457 televisiones de las que existe ficha se reparten en 369 municipios.
- De los 553 municipios con televisión local, 442 cuentan con una sola emisora, 77 con dos, 19 con tres y tan solo 15 con cuatro ó más.

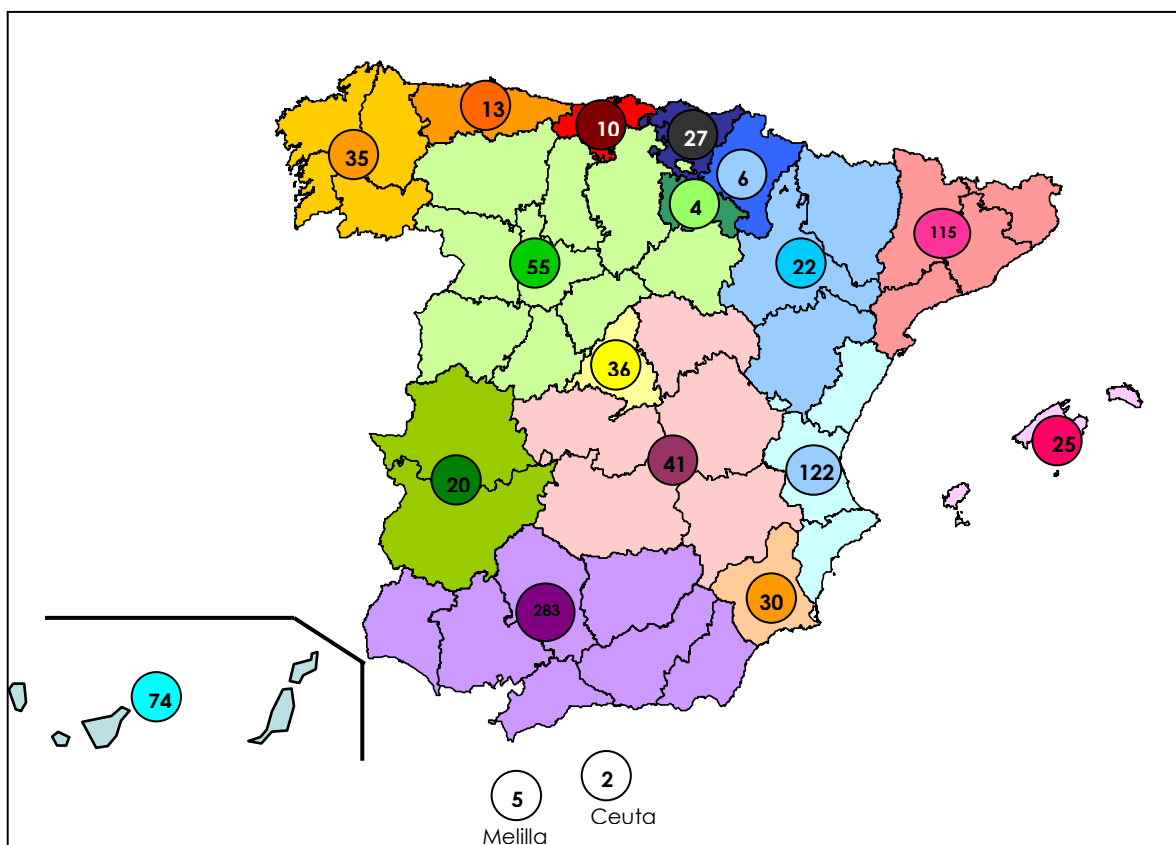


Ilustración 7: Número de televisiones locales por Comunidad Autónoma.
Fuente: elaboración propia sobre datos AIMC, 2002.

En el caso de la audimetría, la multinacional Taylor Nelson Sofres opera una red de 3.305 audímetros repartidos por toda la geografía española excepto Ceuta y Melilla. La audimetría presenta el mismo problema con el tamaño de las muestras. De hecho, hasta 1999 Sofres no ofrecía en España una medición desagregada de la audiencia en televisión local; sólo presentaba resultados sobre el epígrafe 'televisión de proximidad'. A partir de ese año, se ofrecen datos específicos minuto a minuto para el conjunto de televisiones locales en el territorio nacional. No obstante, dispone de datos segregados para las dos televisiones locales con mayor número de espectadores regulares: Canal 7 (Madrid) y Canal 6 (Gran Canaria).

Frente a esta situación, los empresarios y asociaciones de televisión local vienen reclamando que Sofres mida las audiencias reales de estas cadenas, "pero las cadenas nacionales no dan facilidades". Según José Luis Uribarri,

actualmente Castilla León tan sólo cuenta con 40 audímetros cuando, en su opinión, harían falta 250 para realizar una medición real "porque esta es la única forma que tenemos de llegar a la publicidad, ya que las agencias de publicidad quieren tener garantizados a los espectadores"¹⁴.

Según los datos ofrecidos por Sofres, la evolución de la cuota de pantalla de la televisión local muestra desde 1999 una tendencia levemente creciente. Desde el 1,2% conseguido por las televisiones, la audiencia local ha crecido lenta pero constantemente hasta 2007, donde se percibe un retroceso, probablemente provocado por la importancia creciente de los canales temáticos de TDT. Como se muestra en el siguiente gráfico, la cuota de pantalla de la televisión local se encuentra por debajo del 3% de media sobre el total nacional.

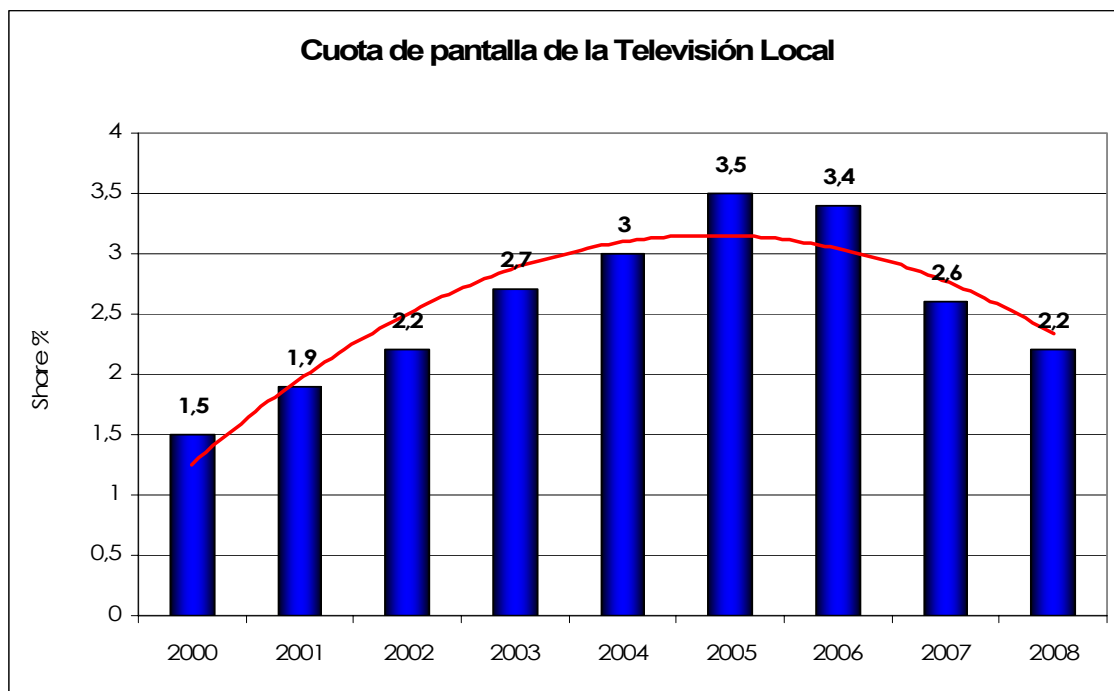


Gráfico 8: Evolución de la cuota de pantalla de las televisiones locales (2003-2008).

Fuente: Elaboración propia sobre datos de TNS Sofres.

¹⁴ "JL Uribarri: TV nacionales no dan facilidades para medir audiencia TV locales" publicado el 15 Abril 2008. Disponible en <http://www.televisiondigital.electronicafacil.net/Article8238.html> (Consultada 15/09/2008)

Además, es necesario tener en cuenta que los espectadores españoles no consumen televisión local por igual durante todo el día. Atendiendo a datos desagregados sobre el consumo de televisión local, podemos observar que el consumo mayoritario de este tipo de contenidos se realiza desde la franja de *late night* con un 4% de *share*, pero, sobre todo, durante la madrugada (de 2:30 a 6:59 horas) con un 6%. Por tanto, el consumo de televisión varía sustancialmente frente al consumo mayoritario de televisión en España que se realiza durante el prime time, es decir, desde las 20:30 a las 23:39 horas. También parece significativo que en el segundo momento del día de mayor consumo de televisión en nuestro país, la sobremesa, la televisión local recoge sus peores cifras.

Franjas	TVE1	LA2	Telecinco	Antena 3	Cuatro	La sexta	Forta	Temáticas	Locales
Total día	16.9	4.5	18.1	16.0	8.6	5.5	14.5	11.0	2.2
Madrugada (2:30 - 6:59)	17.4	7.1	9.6	10.5	12.4	3.2	13.0	12.7	4.8
Mañana (7:00 - 13:59)	16.9	5.2	15.8	17.3	7.7	4.2	14.3	16.9	2.2
Sobremesa (14:00 - 16:59)	19.1	5.1	15.5	17.8	7.5	6.3	16.4	10.0	1.6
Tarde (17:00 - 20:29)	18.2	4.7	18.0	14.7	7.4	5.6	14.4	14.1	2.0
Prime Time (20:30 - 23:59)	16.2	3.	20.0	15.2	9.5	5.5	14.7	12.3	2.2
Late night (24:00 - 26:29)	12.2	3.6	22.5	17.3	10.7	6.1	11.4	12.5	3.3

Tabla 9: Share de las cadenas por franjas horarias en el año 2008 Total España.
Fuente: Corporación Multimedia sobre datos TNSofres A.M.

Por ello, parece que la curva de consumo de las televisiones locales es inversa a la que representa el consumo general de televisión. Este hecho podría explicarse desde el carácter alternativo que tienen estos canales para los espectadores españoles.

En cuanto al espectador de televisión local, no parece que se establezcan claves para diferenciarlo del perfil medio de televisión en España. Para Miguel Ángel Fontán, director comercial de Sofres, "la televisión local tiene un perfil generalista, y se convierte en una gran dificultad porque al final está compitiendo con unas cadenas generalistas con un potencial impresionante como las nacionales o las autonómicas" (Emisiones, mayo-junio 2005:39).

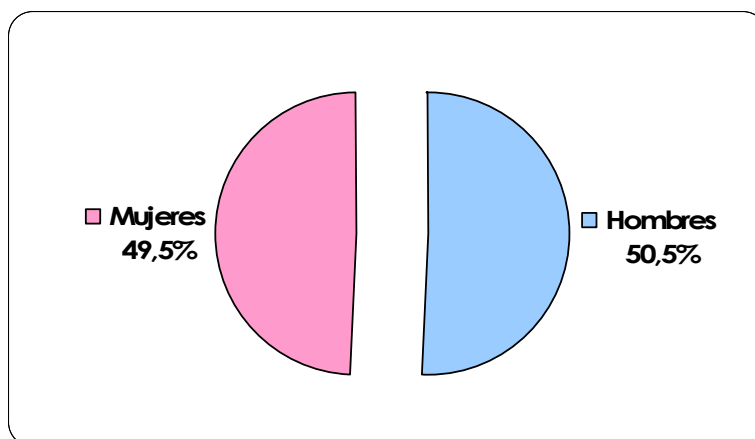


Gráfico 10: Perfil del espectador local según el sexo.
Elaboración propia sobre datos ofrecidos en Emisiones mayo-junio 2005

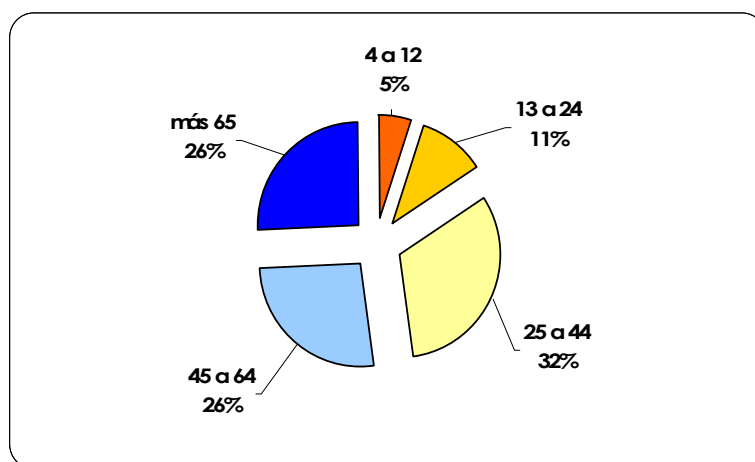


Gráfico 11: Perfil del espectador local según la edad.
Elaboración propia sobre datos ofrecidos en Emisiones mayo-junio 2005

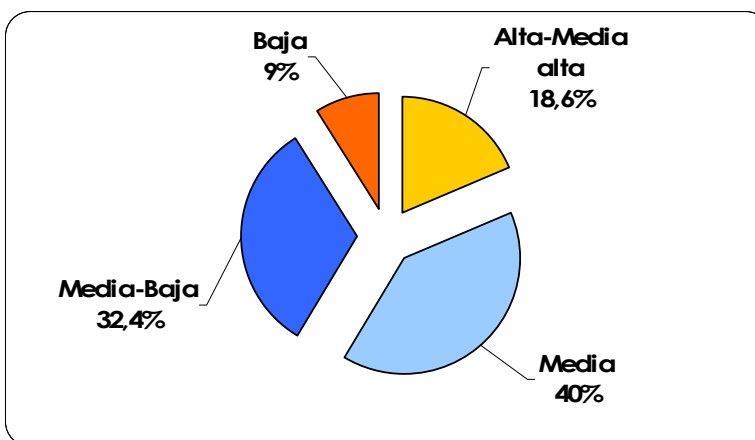


Gráfico 12: Perfil del espectador local según la clase social.
Elaboración propia sobre datos ofrecidos en Emisiones mayo-junio 2005

Como podemos ver en los gráficos anteriores, existe un equilibrio, en cuanto a géneros, entre hombres y mujeres; predominan los adultos de 25 a 44 años, de clase media y media-baja.

Para conseguir su permanencia la televisión local debe, por tanto, buscar la segmentación de un público muy concreto basado en un tipo de programación muy concreta, como son contenidos de proximidad. Esta será la clave de la diferenciación de las ofertas generalistas de otros medios.

2.1.7. Problemática legal

El contexto legislativo español en materia de televisión es el resultado de la yuxtaposición de leyes que regulan parcelas estancas sin relación aparente entre ellas. Por ello, son numerosos los estudiosos del medio que abogan por una reformulación del marco legislativo audiovisual en nuestro país, no sólo por la dispersión normativa que se ha mencionado, sino por "la situación de bloqueo en que se encuentran desde hace bastante tiempo tres cuestiones clave: a) la inexistencia de una autoridad audiovisual independiente, b) los modelos de gestión y financiación de las radiotelevisiones públicas y c) los procesos de introducción de la televisión digital terrestre y de la radio digital" (Fernández Alonso, 2005).

Desde la aparición de la televisión local en España, a principios de los años ochenta, podemos considerar tres períodos fundamentales en las políticas públicas que regulan de este sector (Badillo, 2005:209). Una primera etapa, que se extiende hasta el año 95, se caracteriza por el desarrollo de la actividad de televisión en el ámbito local sin una regulación específica para este ámbito. Como veremos a continuación, la Administración, a pesar de no regular el sector, dedica sus esfuerzos a frenar las iniciativas que iban apareciendo.

En una segunda fase, la Administración, que por indicaciones de poder judicial no tiene más remedio que legislar, aprueba la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres a finales de 1995. Una ley, que sin desarrollo normativo, nunca llegó a ser aplicada.

Esta característica situación, nos lleva a una tercera etapa marcada por una proliferación de emisoras que ocupan ilegalmente el espectro radioeléctrico ante la pasividad del poder político y administrativo. No será hasta 2002 cuando finalmente se reactive la regulación del sector

aprovechando la digitalización de las emisiones de televisión para otorgar a este sector un marco legal estable.

2.1.7.1. Intentos fallidos de regulación

El estudio cronológico de la regulación legal de la televisión local por ondas terrestres ha de partir necesariamente de la Constitución Española de 1978 (Navarro, 1999:94), que se constituye como un nuevo marco de derechos y libertades que, en buena medida, afectan al sector de la comunicación. El artículo 20 de nuestra Carta Magna reconoce el derecho fundamental a la libertad de expresión e información (Chinchilla, 1991:31):

- a) "a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas u opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.
- b) a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades".

Este mismo artículo asegura que la ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público, y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos. Hecho que no se producía en las numerosas televisiones locales que nacieron en la etapa del vacío legal.

Nuestra Constitución regula también el marco de competencias relativas a la legislación básica del régimen jurídico de prensa, radio y televisión, y en general de todos los medios de comunicación social, atribuyendo la misma al Estado, en el artículo 149.1.27.a., sin perjuicio de las

facultades que en su desarrollo y ejercicio correspondan a las Comunidades Autónomas.

Este prometedor arranque no se vio secundado con la declaración de la televisión como servicio público de titularidad estatal en el artículo 1, apartado 2, de la Ley 4/1980, de 10 de enero, Estatuto de la Radio y Televisión, hecho que apenas suscitó debate parlamentario.

La Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, ahondó en el carácter de servicio público esencial de titularidad estatal de la televisión y sometida a gestión indirecta mediante concesión administrativa. La voluntad acaparadora del legislador se confirmaba contundentemente en el artículo 33 de la misma, que tipificaba como infracción muy grave “la realización de actividades o prestaciones sin título administrativo habilitante”, dando lugar desde el primer momento a la incoación de expedientes sancionadores que se iniciaban con la adopción de la medida cautelar de precintado de los equipos e instalaciones, tal y como prevé el artículo 34. Esta proliferación de expedientes desemboca en una proliferación de litigios contencioso-administrativa, de la que resultaría una abundante jurisprudencia de crucial importancia en el régimen jurídico de esta actividad.

En la posterior Ley 10/1988, de 23 de mayo, de Televisión Privada, se parte nuevamente de la consideración de la televisión como servicio público de titularidad estatal cuya gestión indirecta se realizaría a través de concesión administrativa y con cobertura forzosamente nacional utilizando como medio de difusión las ondas hertzianas. Pero esta norma no se aplicaría únicamente a las tres concesionarias de televisión privada nacional, sino que también sería de aplicación para otras modalidades de televisión, tales como la local por ondas, por cable y la digital (Escobar, 2004:47). No obstante, como puede

verse en el texto completo de la norma, la televisión privada regula sin consideración alguna a la televisión local por ondas.

La lentitud del Gobierno por legalizar este sector se manifiesta una vez más con la aprobación de una nueva ley que regula la televisión por satélite – Ley 35/1992, de 22 de diciembre-, sin que ni siquiera se haya elaborado un anteproyecto para la televisión local por ondas terrestres. Habría que esperar a finales de 1995 para que se presentara finalmente una norma específica.

Mientras tanto, la abundancia de pleitos provocada por los intentos del Ejecutivo de sofocar la proliferación de televisiones locales dio ocasión a los Tribunales de suplir la pereza legislativa ya denunciada, a través de una jurisprudencia, no exenta de dificultades, que concluye con la legitimación directa de las televisiones locales según el artículo 20 de la Constitución. El argumento utilizado sobre el que gira todo el debate jurídico es el derecho fundamental a la Libre Expresión e Información que dicho precepto consagra.

El primer reconocimiento importante se produjo con la sentencia del Tribunal Constitucional 12/1982, de 31 de marzo, en la que se estableció que “el derecho a difundir las ideas y opiniones comprende, en principio, el derecho a crear los medios de materiales a través de los cuales la difusión se hace posible”.

Esta tensión contenciosa-administrativa se hace especialmente intensa durante la década de los noventa, un período de gran inestabilidad para estas emisoras que deben enfrentarse con el continuo cierre de sus instalaciones y en el que reiteradamente los diferentes tribunales de justicia dan la razón a las cadenas de televisión. Finalmente, el Tribunal Constitucional, a través de la definitiva sentencia 31/1994, de 31 de enero, establece que “la ausencia de un marco normativo no permite prohibir el desarrollo de una actividad relacionada con el ejercicio de un derecho fundamental” (Navarro, 1999:93). Esta sentencia servirá de apoyo para las 45/1994, 98/1994, 240/1994, 281/1994, 307/1994 y 12/1995 (Badillo, 2005:206).

Del mismo modo, resulta de especial trascendencia la sentencia 88/1995, de 6 de junio, que, manteniendo la ortodoxia de la jurisprudencia constitucional en materia de televisión, reconoce dos hechos fundamentales (Fernández Farreres, 1997:101):

1. No existen preceptos legales específicos para televisiones locales, por lo que conmina al Gobierno a legislar.
2. En esta situación ilegal no es posible exigir una concesión administrativa para el desarrollo de la actividad.

Con esta sentencia la prohibición de prestar este servicio se torna en libertad, en una actividad libre al carecer de condicionamientos en su desarrollo, con la única obligación de contar con la preceptiva autorización municipal.

Si bien todas estas sentencias son importantes la sentencia dictada por la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Madrid es definitiva. En ella se establece que la doctrina del Tribunal Constitucional sobre televisión local por cable es plenamente aplicable a la televisión local empleando como medio de transmisión ondas electromagnéticas. Así, esta omisión supone, no una limitación en el ejercicio de la actividad, sino una prohibición del ejercicio de la libertad de comunicación que se garantiza en el artículo 20 de la Constitución, y por lo tanto, se corrobora lo dispuesto por la sentencia 31/1994 del Tribunal Constitucional.

La única respuesta de la Administración¹⁵ ante estas sentencias es que el espacio radioeléctrico está saturado y no hay posibilidad para más de dos televisiones locales en la Comunidad de Madrid.

¹⁵ DE CACERES Y CASILLAS, R. J., "El largo tránsito hacia la legalidad de las televisiones locales" en FARIAS, P. Y MULTIGNER, G. (Eds.), *La televisión local frente al reto del cable*, Diputación Provincial de Zaragoza, Zaragoza, 1995.

2.1.7.2. La Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres

Esta situación excepcional, planteada por la intensa actividad de los tribunales de justicia y la presión social recibida, parece que pudo con la desidia del legislador, el cual, no sin dificultades, trató de rectificar el caótico estado al que se había llegado. De este modo, muy al final de una legislatura que se sabía ya vencida, al tener que adelantar el Gobierno socialista las elecciones, se aprobaron el mismo día, el 22 de diciembre de 1995, las leyes 41/1995, reguladora de la televisión local por ondas terrestres, y 42/1995, de las telecomunicaciones por cable. Con ello, lo que hasta ese momento era transitoriamente libre -la televisión por cable- dejó de serlo, y lo que aún seguía estando prohibido -la televisión local por ondas terrestres- encontró una posibilidad de ser lícitamente ejecutada.

Anteriormente, en febrero de 1994, el grupo Izquierda Unida- Iniciativa Per Catalunya presentó en el Parlamento de Cataluña una proposición de ley para el sector local de televisión por ondas terrestres, excluyendo aquellas emisoras que utilizaran el cable como tecnología de transmisión. Las principales aportaciones del texto fueron (Badillo, 2002:50-53):

- La gestión indirecta del servicio de televisión a través de sociedades mercantiles en régimen de concesión, sin perjuicio de la gestión directa por parte de los Ayuntamientos.
- Plantea límites a la concentración en la propiedad de emisoras locales, de forma que ninguna persona física o jurídica sea propietario de más de una concesionaria, al tiempo que ningún accionista puede poseer más del 25% del capital.
- Establece la obligación de la emisión de un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos horas semanales de las cuales: el 30% debe ser de producción propia y el 55% de producción española. En cuanto

a la programación de cine, el 40% debe ser de origen comunitario, la mitad producido en España.

- La publicidad se limita a un 15% del total de horas de emisión anual con un máximo de diez minutos por hora de programación.

La propuesta de Ley no tuvo mucho seguimiento, entre otros motivos, porque el Gobierno estaba ya preparando su propuesta de ley, que posteriormente se aprobaría como la Ley 41/1995, de 22 de diciembre de Televisión Local por Ondas Terrestres.

Dicha Ley tiene como objeto la regulación jurídica de “la emisión o transmisión de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica directa por medio de ondas electromagnéticas” (Rozados, 2001) orientadas a un ámbito territorial determinado. Esta definición de televisión local será posteriormente modificada por el artículo 109 de la Ley 53/2002, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, de 30 de diciembre quedando de la siguiente manera: “modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión, con tecnología digital, de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica por medios de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial local”.

Así pues, la televisión local por ondas terrestres se configura en su artículo 2 como un servicio público que se caracteriza por tres rasgos básicos (Fernández Farreres, 1997:102):

1. El soporte de transmisión o emisión de la señal de televisión: las ondas electromagnéticas.
2. Estar ceñida a un determinado ámbito territorial: el núcleo urbano principal de población del municipio correspondiente.

3. Ser emisiones dirigidas al público sin contraprestación económica alguna. Esta gratuidad del servicio puede generar problemas similares de financiación y de contenidos a los que se han planteado en televisiones autonómicas o nacionales. Situación que, como veremos, se agravará en un nuevo marco competitivo fruto de la digitalización de las emisiones y la aparición de nuevos actores.

En cuanto al ámbito de cobertura del servicio, el criterio delimitador del área no deja de ser discutible. Por norma general, será el determinado por el núcleo urbano principal de población del municipio correspondiente. Pauta que resulta bastante imprecisa y que no tiene en cuenta la desigual extensión de los núcleos urbanos. Sin embargo, la Ley establece en su artículo 3 punto 2 que la cobertura podrá “extenderse a otros núcleos de población del mismo municipio cuando así lo aconseje el número de habitantes de su población, mediante la instalación de otras estaciones transmisoras que cubran estrictamente esos núcleos y siempre que exista disponibilidad de espacio radioeléctrico para ello” (Chinchilla, 1997:173).

De acuerdo con la consideración de la televisión local como servicio público, la prestación de este servicio se realiza con arreglo a una técnica concesional (*Ibid*). El artículo 4 de la Ley establece que, por norma general, se otorgará un único título habilitante por cada ámbito territorial de cobertura del servicio; aunque en determinadas situaciones, podrán otorgarse hasta un máximo de dos concesiones siempre que no resulte incompatible con las disponibilidades del espectro radioeléctrico.

La gestión del servicio podrá realizarse de manera directa por el propio municipio o, de manera indirecta, por particulares a través de concesión administrativa. Reconociéndose, eso sí, a los propios Municipios, dentro del plazo señalado por la Comunidad Autónoma, la opción preferente de gestionar el servicio. Por ello, el artículo 9 prevé que los municipios puedan

decidir la gestión por sí mismos del servicio de televisión local, al mismo tiempo que las Comunidades Autónomas puedan acordar el otorgamiento de una segunda concesión en el mismo ámbito de cobertura.

Por su parte, la gestión indirecta del servicio de televisión local, es decir, a iniciativa de particulares, se podrá realizar por personas naturales o jurídicas con o sin ánimo de lucro, otorgándose la concesión mediante el procedimiento de concurso público. Los requisitos que han de reunir los concursantes y concesionarios son:

- a) Ser de nacionalidad española o de los países de la Unión Europea.
- b) Las Comunidades Autónomas establecerán la manera de concurrir a concurso de las entidades sin ánimo de lucro; lo que viene a dar a las mismas cierta preferencia para ganar el concurso y conseguir la concesión.
- c) Si se trata de sociedades, su objeto social deberá incluir la gestión de esta modalidad de televisión, debiendo ser sus acciones nominativas y sin que la participación de personas que no sean nacionales de algún Estado de la Unión Europea pueda superar directa o indirectamente el 25% de su cuantía.

La Ley establece la duración de las concesiones en cinco años, prorrogables por otros cinco si no media causa alguna para su extinción. Plazo que también será modificado en el marco de la Televisión Digital Terrestre, quedando establecido en diez años prorrogables. La posibilidad de prórroga marcada por la Ley queda en función “de las disponibilidades del espacio radioeléctrico, de otras necesidades y usos de éste y del desarrollo de la televisión por cable”. El artículo 15 de la Ley regula los supuestos por los que la concesión podría extinguirse. Estos son los que se mencionan a continuación:

- Por transcurso del plazo, sin haberse otorgado su renovación.
- Por incumplimiento de los requisitos esenciales de la concesión señalados en los artículos 5, 10 y 13 c).
- Por sanción firme por las causas previstas en la legislación de los contratos con las Comunidades Autónomas en el ámbito de sus competencias.
- Por no haber iniciado, sin causa justificada, las emisiones dentro del plazo fijado en la concesión.
- Por suspensión injustificada de las emisiones durante más de quince días en el plazo de un año.

Se fijan además los derechos y obligaciones de los concesionarios, los supuestos de extinción de la concesión y el régimen de infracciones y sanciones.

En el artículo 6, se concretan un conjunto de principios que necesariamente han de observarse en la prestación del servicio de televisión local por ondas terrestres, principios que se convierten en exigencias constitucionales en cuanto a lo previsto en el régimen de publicidad en el art. 8 y a lo dispuesto en la Ley 25/1994, de 12 de julio, sin perjuicio de lo que puedan establecer las Comunidades Autónomas. Recogiendo los principios inspiradores del Estatuto de la Radio y la Televisión, la Ley 41/1995 añade en su apartado g): "la promoción de los intereses locales, impulsando para ello la participación de grupos sociales de tal carácter, con objeto de fomentar, promover y defender la cultura y la convivencia locales".

En este sentido, y por las repercusiones socioeconómicas en el sector, presenta especial interés la prohibición que se establece para las televisiones locales de emitir o formar parte de una cadena de televisión (Fernández Farreres, 1997:110-111). Así, en su artículo 7 dispone que "las televisiones locales

por ondas terrestres no podrán emitir o formar parte de una cadena de televisión". No obstante, las Comunidades Autónomas podrán autorizar emisiones en cadena en atención a características de proximidad territorial y de identidades sociales y culturales de dichos Municipios.

En el mismo artículo encontramos la definición de emisión en cadena: "forman parte de una cadena aquellas televisiones en las que exista una unidad de decisión, considerándose que esta unidad de decisión existe, en todo caso, mediante la agrupación de acciones, ejerzan la administración de dos o más sociedades gestoras del servicio, posean en éstas la mayoría de los derechos de voto, o tengan derecho a nombrar o destituir a la mayoría de miembros de sus respectivos consejos de administración". Según el artículo 7.3. "se entenderá que emiten en cadena aquellas televisiones locales que emitan la misma programación durante más del 25 por 100 del tiempo total de emisión semanal, aunque sea en horario diferente". No obstante, las Comunidades Autónomas podrán autorizar la emisión en cadena, previa conformidad de los municipios afectados, siempre que se atiendan "las características de proximidad territorial y de identidades sociales y culturales de dichos municipios", circunstancias que presentan un carácter muy ambiguo.

En la actualidad, hay que resaltar que esta medida está siendo obviada por los grupos de comunicación que están creando redes de televisión local de cobertura nacional. Para García Castillejo, esta prohibición puede ser considerada como gravosa al tener en cuenta los límites aplicables a otros operadores que emiten contenidos locales, como por ejemplo, son los operadores de cable. Del mismo modo, piensa que la compra conjunta de parte de programación puede ser una opción para las pequeñas cadenas de televisión local para poder ofrecer programación de mayor calidad, que les permita competir con los grandes operadores.

Finalmente, señalar que la Ley establece un régimen transitorio para aquellas televisiones que estuvieran emitiendo con anterioridad al 1 de enero de 1995. Dichas televisiones deberán conseguir una licencia para continuar con sus actividades. En caso contrario, dejarán de emitir en un plazo de ocho meses a contar desde la resolución del concurso.

De esta forma, la Ley regulariza, temporalmente, la existencia de las llamadas televisiones históricas, aunque no garantice que éstas vayan a obtener la preceptiva concesión

Por ello, podemos afirmar que la Ley de Televisiones Locales favorece la creación de emisoras municipales con cargo a los presupuestos de los Ayuntamientos. Con esta medida, se corre el peligro de que las emisoras locales sean utilizadas como arma propagandística en manos del gobierno de turno. Además otorga una posición dominante a las emisoras municipales en detrimento de las privadas. Según Teodoro González Ballesteros, éste fue uno de los motivos, junto con la doble financiación de las televisiones públicas, por los que esta Ley fue recurrida ante la Unión Europea (Farias, 1995:42).

Por otra parte, supone una omisión al derecho establecido el artículo 20.3 de la Constitución Española que regula el acceso a los medios de comunicación, principios de cualquier ente público. Además, la Ley ignora de manera reiterada el reconocimiento de determinados derechos como el de acceso o rectificación, que deben cumplir todas las empresas concesionarias.

Otro de los aspectos más criticados por los representantes y asociaciones de televisiones locales es el plazo de la concesión, fijado en el artículo 14 inicialmente en cinco años, prorrogables por otros cinco. Es un tiempo demasiado corto dentro del mundo audiovisual puesto que no es suficiente para amortizar las altas inversiones que conlleva la implantación de

una televisión (Tele Informe, Mayo 2002:8). Pero, fue el artículo 8 el que puso a todas las televisiones locales en contra, pues prohibía la emisión de publicidad entre las 20:00 y las 24:00. Es decir, que las televisiones locales no podían emitir publicidad en *prime time*, restando así una de las principales fuentes de financiación de las emisoras locales. Esta norma plantea, de este modo, serios problemas para los empresarios de televisión local que ya venían afrontando una difícil situación económica ante la falta de un marco legal estable para el sector.

A partir de la Ley de Televisión Local, son varias las Comunidades Autónomas que aprueban decretos para regular determinados aspectos de la norma. Incluso algunas "iniciaron el proceso para la posterior adjudicación de concesiones del servicio de televisión local aun a pesar de no haber dispuesto del correspondiente Plan Técnico Nacional de Televisión Local"¹⁶.

Así, Cataluña en octubre de 1996 un decreto –D320/1996, de 1 de octubre- por el que se establecen obligaciones con respecto a la producción propia y los criterios de idoneidad para presentarse a los preceptivos concursos de adjudicación (interés cultural y educativo del proyecto o promoción de la lengua catalana (Cantos, 2005:64). De este modo, el decreto estipula "que un 50% del tiempo de emisión reservado en los canales locales a obras de producción europea tendrá que ocuparse con programas de expresión originaria en cualquier lengua oficial de Catalunya, de los cuales al menos el 50% será en catalán" (Moragas, 2000:)

Otras Comunidades que regularían determinadas aspectos de la actividad de televisión local serían Navarra, que establece mediante el Decreto 313/1996 los procedimientos para solicitar la programación en cadena, Castilla La Mancha que estableció los procedimientos para el otorgamiento de las concesiones (Decreto 54/2000) y Andalucía, que explicitaría en el Decreto 414/2000 el carácter preferente y procedimientos de la gestión municipal (Vivar, 2006:122).

¹⁶ GARCÍA CASTILLEJO, ÁNGEL. "La travesía del desierto o el marco jurídico de la televisión local en España" en VIVAR, HIPÓLITO, "La televisión local ante el reto de la digitalización del sector audiovisual". Felipe II Libros, Madrid, 2006.

Aunque los primeros pasos para conseguir un marco regulador estable parecían esperanzadores, los resultados fueron completamente distintos. El cumplimiento de la Ley de Televisión Local estaba condicionado a la promulgación de un Plan Técnico Nacional, a través del cual el Estado distribuyera las licencias solicitadas previamente por las Comunidades Autónomas para ser concedidas por concurso público (Escobar, 2004:52-54). Pero, antes de poder ser aprobado, se produjo un cambio de gobierno que paralizaría de nuevo la ansiada regulación del sector. Poco después, ya con el Partido Popular en el gobierno, intentó ser sustituida por un nuevo proyecto de ley, más acorde con una idea de televisión local comercial, que fracasaría por la oposición frontal de todos los grupos políticos. Sin embargo, esta Ley, que ha sido modificada gradualmente, continúan siendo "la base legislativa de la televisión local terrestre actual" (Impulsa TDT, 2008:5)

2.1.7.3. El limbo regulatorio

El Gobierno del Partido Popular intenta sustituir en 1997 la Ley de televisión local vigente por otra regulación asentada por criterios bien distintos. La modificación de la Ley se englobaba dentro de un paquete de medidas liberalizadoras de las telecomunicaciones que incluía "la elaboración de una nueva ley de telecomunicaciones, la puesta en marcha efectiva del segundo operador en torno a Retevisión, un nuevo Plan de Numeraciones, establecimiento de condiciones y tarifas de Interconexión, la autorización a los operadores de cable para dar servicio de telefonía en sus demarcaciones desde enero de 1998, la liberalización total de las cabinas telefónicas de uso público y el denominado 'proceso de liberalización de la distribución de Televisión', en el que el ejecutivo incluía tanto la modificación de la ley de televisión local como la redacción de una nueva ley de televisión autonómica" (Badillo, 2002:72).

Las principales modificaciones que introduce este Anteproyecto de Ley que llega al Parlamento en febrero de 1997 son (Fernández Farreres, 1997:112):

- El servicio de televisión local por ondas terrestres pierde el carácter de Servicio Público, lo que determina que para su prestación no es necesaria la consecuente concesión, sino una simple autorización administrativa.
- El número de autorizaciones administrativas deberá fijarse en cada ámbito territorial de cobertura del servicio, en función de las disponibilidades del espacio radioeléctrico. Corresponderá al Ministerio de Fomento la planificación, gestión y control del dominio público radioeléctrico.
- La autorización para la prestación del servicio conlleva la concesión del dominio público radioeléctrico necesario para el desarrollo del servicio.
- Se establece la posibilidad de la prestación del servicio por los Ayuntamientos, pero sin que exista prioridad, y se prohíbe que, en tales casos, puedan financiarse simultáneamente mediante cánones o subvenciones y mediante ingresos procedentes de la publicidad.
- Las Comunidades Autónomas podrán establecer límites adicionales a los establecidos por la Ley a la publicidad para los servicios de televisión local por ondas.
- El otorgamiento de las autorizaciones administrativas corresponde a las Comunidades Autónomas, previa reserva provisional de frecuencias por el Estado.
- Se establece un nuevo régimen transitorio para las emisoras de televisión local por ondas que se hallen emitiendo a la entrada en vigor de la ley.

El texto generó un amplio debate en el Parlamento, donde se encontró con la oposición tanto del Partido Socialista como el de Convergencia i Unió e Izquierda Unida- Iniciativa Per Catalunya, que presentaron enmiendas a la totalidad del texto. Estos partidos no estaban de acuerdo con "la excesiva regulación del sector, la pérdida del carácter de servicio público de las televisiones locales y la eliminación de la posibilidad de doble financiación de las locales municipales" (Badillo, 2002:74).

Pero, como señala Badillo, la posición de cada partido ante la enmienda del anteproyecto se concretaba en distintos puntos de vista. Por un lado, IU- Iniciativa Per Catalunya presentó un proyecto en la línea del de 1994, con una única diferencia: dos concesiones por área de servicio con la posibilidad de dividir la segunda licencia en varias por cada 250.000 habitantes o por cada 40.000 viviendas, lo que conlleva a "aumentar el número de operadores no municipales en todas las ciudades con poblaciones mayores de las cifras propuestas" (*Ibid*:75).

Por su parte, la posición del Partido Socialista, dando prácticamente por aprobado el texto, decide plantear enmiendas que maticen el carácter desregulador del mismo. De este modo, su propuesta va encaminada a tratar de no perder la naturaleza de 'servicio público' de la televisión local, exigiendo a los operadores privados a cumplir determinadas obligaciones con respecto a ciertos contenidos que podrían ser financiados mediante subvenciones. Además, vela por la viabilidad de este tipo de operadores al solicitar que no se incremente de manera indiscriminada el número de operadores, teniendo en cuenta la disponibilidad del espectro radioeléctrico. Por último, el PSOE solicitaba la preferencia para aquellas emisoras que hubieran iniciado los trámites como consecuencia de la Ley del 95.

CiU reclama, del mismo modo, el restablecimiento del concepto de 'servicio público', la recuperación de la técnica concesional y la eliminación de los límites a la doble financiación de las emisoras municipales.

Para concluir, y como consecuencia de estas desavenencias y de la presentación del texto alternativo de Izquierda Unida, el Ejecutivo decide echar marcha atrás y retira el proyecto en septiembre de 1997 (Cantos, 2005:68), dejando al sector en una situación totalmente insólita: con una norma específica aprobada para regular el sector pero sin aplicación ante la falta de un Plan Técnico Nacional que establezca las frecuencias y su reparto a las correspondientes Comunidades Autónomas, para que éstas convoquen los preceptivos concursos de adjudicación.

Mientras que la regulación del sector permanece estancada, se produce una singular circunstancia especialmente significativa en el sector local y que Badillo denomina como la 'desregulación invisible' (2005:212) y que consiste en la "relajación de las sanciones por la ocupación de frecuencias" por parte de las emisoras de televisión local ilegales, es decir, aquellas que iniciaron sus emisiones con posterioridad a la publicación de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres en diciembre de 1995. Éstas debían ser sancionadas de acuerdo a lo establecido por la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 11/1998, de 24 de abril).

El número de emisoras locales continúa creciendo de manera desordenada, llevando al sector a una situación similar como la producida antes de la Ley 41/1995 (Vivar, 2006:131). De hecho, en el plazo de siete años (1995-2002) "se crearon más emisoras –aun cuando en teoría no estaba permitido hacerlo- que en los primeros catorce años de existencia de este tipo de estaciones" (Badillo, 2005:213); todas ellas consideradas ilegales por la Ley de Televisión Local.

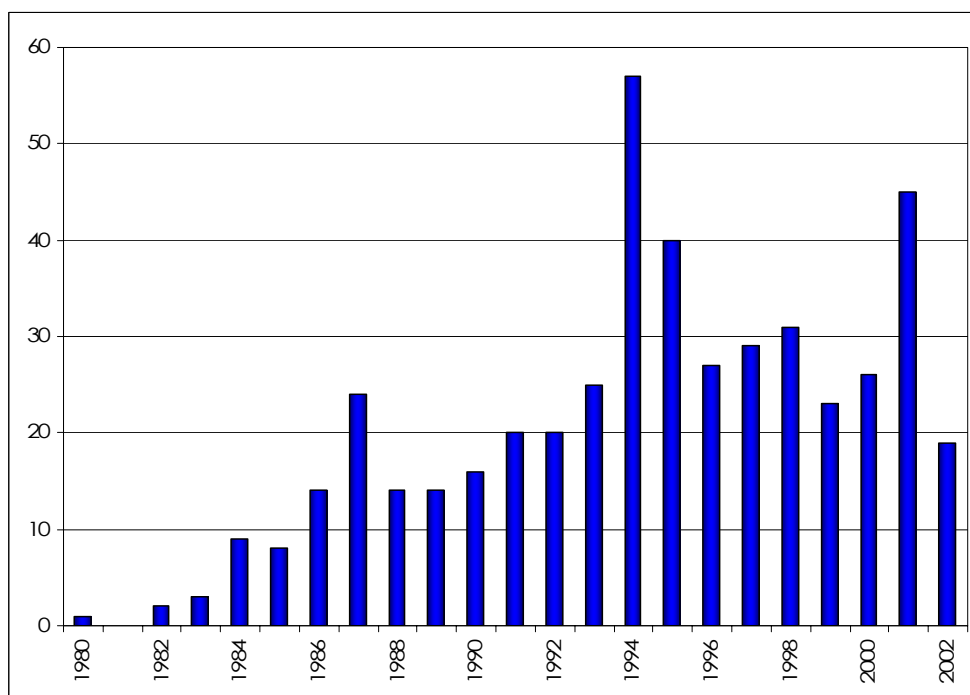


Gráfico 13: Constitución de emisoras locales de televisión en España (1980-2002).
Fuente: elaboración propia sobre datos de AIMC

Como podemos observar en el gráfico 13, se produce una 'explosión' en la creación de emisoras locales de televisión durante 1994 y 1995, al calor de la probable regulación definitiva del sector. Esta normalización del mercado actúa, por tanto, como un aliciente para los empresarios de televisión local.

No obstante, y pese a la proliferación de operadores que entran en los en el mercado antes de la aprobación definitiva de la Ley –operadores ilegales que ocupan frecuencias-, las sanciones a televisiones locales descienden de manera muy significativa desde 1999.

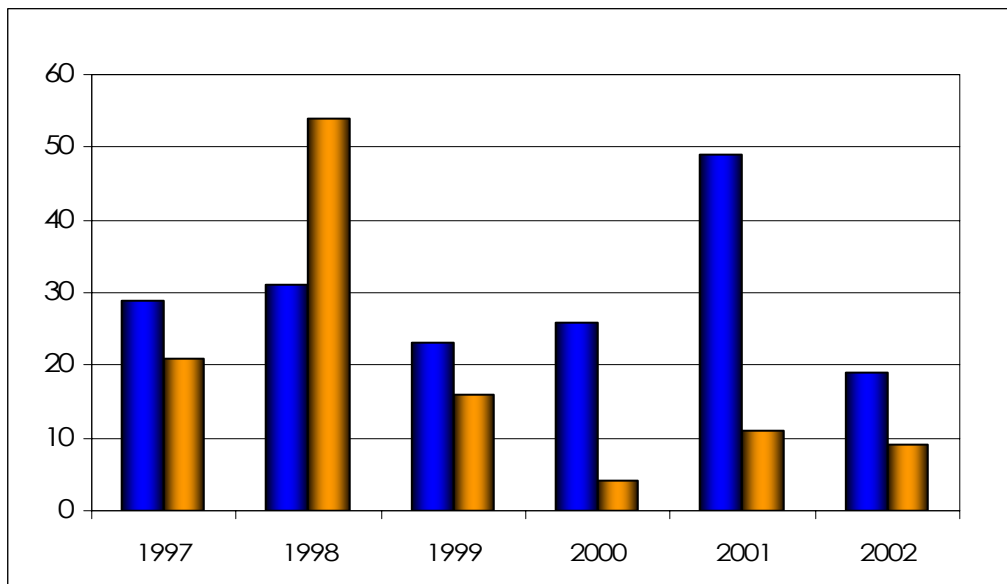


Gráfico 14: Expedientes sancionadores abiertos a las televisiones locales por la Administración.
Fuente: Elaboración propia sobre datos ofrecidos por Badillo (2002).

Es por ello que Badillo afirma que existe una clara 'desactivación' de la actividad sancionadora de la Administración en materia de televisión local, que puede estar justificada por los nuevos planes que el Partido Popular tenía para la televisión local: la digitalización. Así podemos verlo en el gráfico 14. Mientras que 2001 es el año en que se crea el mayor número de televisiones locales, podemos apreciar el descenso significativo de los expedientes reguladores que la Administración venía aplicando desde los inicios de esta modalidad de televisión. Sin embargo, a partir de 1999, y sobre todo desde 2000, las sanciones se reducen drásticamente posiblemente debido a que el Gobierno popular ya había planificado un nuevo escenario para las emisiones locales.

2.1.8. Las Asociaciones de televisión local

El fenómeno del asociacionismo está profundamente ligado al mercado de televisión local y esto se debe, entre otras causas, a la atomización del sector y a la incertidumbre del mercado ante la falta de un marco legal estable. Si la unión hace la fuerza, las emisoras encuentran en este tipo de iniciativas una posibilidad de hacer oír su voz y defender sus intereses de manera conjunta, primero ante la Administración y, posteriormente, contra los envites de los grandes grupos de comunicación.

Muchas y variadas son las organizaciones que podemos encontrarnos actualmente en el mercado español, como variados son los miembros que las componen. Desde las asociaciones gremiales, que reúnen las emisoras de televisión de una determinada zona geográfica, titularidad o sistema de transmisión hasta las redes promovidas por los grupos de comunicación para obtener un pedazo de la tarta publicitaria local –todavía sin explotar-, pasando por las asociaciones que ofrecen a sus integrantes la posibilidad de intercambiar contenidos o de ser medidas por la audimetría de TNS Sofres. Lo que sí muestran todas en común son sus fines principales:

1. Defensa conjunta de sus intereses. Ante la desprotección y la incertidumbre legal, las televisiones locales buscan una fórmula que les permita conseguir una posición más fuerte ante la Administración para reivindicar por la protección de su estatus y de la consecución de un marco legal que se adecue a la situación real del mercado.
2. Compartir contenidos, creando una programación más competitiva, menos costosa y ampliando sus beneficios con las llamadas 906/805 y la publicidad en general.

También podemos destacar otros objetivos de las asociaciones como son la gestión común de la publicidad a nivel nacional, compra de

producción ajena, acuerdos sobre derechos de autor, formación de profesionales (directivos y trabajadores), etc.

En cualquier caso, parece claro que la asociación permite a las Pequeñas Y Medianas Empresas (PYMES) – tipo de empresas que caracterizan el mercado local- afrontar una complicada situación. Para minimizar el riesgo empresarial, estas televisiones se ven obligadas a implementar algunas medidas o estrategias competitivas mediante las cuales puedan alcanzar dos objetivos fundamentales: reducir los costes de operatividad y buscar nuevos mercados (Ortega, 2008:368).

De esta manera, podemos hablar de la redifusión, mecanismo no exclusivo de las emisoras locales, y que consiste en la reemisión de programas televisivos en distintos días y franjas. Este recurso, además de asegurar un mayor contacto con la audiencia, permite el abaratamiento de los costes de producción al amortizar los precios de los contenidos en las sucesivas emisiones. No obstante, como indica Prado (2004:38), este tipo de acciones deben realizarse con mesura para no producir hastío en los espectadores produciendo en éstos la sensación de falta de variedad y debilitando su relación con la cadena.

Otra de las estrategias utilizada por las emisoras locales de televisión son los acuerdos de cooperación, es decir, “las relaciones que se desarrollan entre empresas independientes que deciden compartir o intercambiar recursos para la realización de actividades específicas durante un período de tiempo determinado” en un intento de reducir gastos operativos y de transacción (Ortega, 2008:368). En este sentido, las televisiones locales están desarrollando diversas fórmulas de cooperación con otras emisoras para aumentar la disponibilidad de contenidos. Mecanismos que están siguiendo trayectorias divergentes (Prado, 2004: 38).

Por un lado, nos encontramos con las redes de televisión o encadenamiento de emisoras locales que, pertenecientes o no a la misma empresa, ofrecen una programación mayoritariamente generalista y centralizada. Los contenidos locales sólo tienen presencia en algunas

desconexiones que se producen en distintas horas del día. Es por ello que "estas 'televisiones ventana' sólo cumplen con la labor de proximidad de las televisiones locales en una pequeña proporción de su oferta" (Idem).

Por otra parte, debemos destacar el intercambio de programas de forma cooperativa. Así, cada emisora aporta a la red los programas elaborados por ella misma respondiendo a los valores de proximidad. De este modo, cada emisora que forma parte de la cooperativa podrá acceder al conjunto de programas para completar su parrilla de programación sin tener que recurrir a programas de carácter generalista. Este tipo de acciones está en la línea de la *syndication* estadounidense en las que las emisoras locales "compran programas en común, que raramente coproducen, pero también se conectan para ofrecer determinados programas, anuncios o televenta; e incluso se constituyen bancos de programas, auténticas centrales de derechos para el mercado local" (Bustamante, 1999:150). En España, podemos citar el ejemplo de la Xarxa de Televisions Locals de Cataluña que será analizada más adelante.

2.1.8.1. Los inicios del asociacionismo

Para trazar una evolución de fenómeno del asociacionismo tenemos que remontarnos a los inicios de la televisión local en España. La primera experiencia asociativa se produce en Cataluña a principios de los años ochenta cuando representantes de las 32 emisoras catalanas se reúnen para reclamar una regulación adecuada para el sector. Esa reunión de Cardedeu del 27 de octubre de 1984 cristalizará en un acta en el que se defendía un determinado modelo de televisión local, así como sus objetivos, y en 1985 en la fundación de la Federación pro-legalización de las televisiones locales en Catalunya en la que las emisoras integrantes eran de "carácter público, local, de iniciativa popular, producción propia y sin afán de lucro" (López Cantos, 2005:33). En la línea de las televisiones municipales que ya hemos comentado anteriormente, se trataba de una asociación que defendía la televisión local como un instrumento para la normalización lingüística y que impulsaba la

producción propia de los contenidos de interés local. Además, proponía la gestión de estas emisoras a través de entidades que facilitaran la participación del ciudadano. La incorporación posterior de miembros de carácter comercial lleva a la paralización de las actividades de la asociación que se reduce a la defensa de los intereses comunes ante la Administración y que acabará en 1992 con la escisión de catorce miembros en una nueva Federación (Navarro, 1999:82).

Al igual que el fenómeno de la televisión local, el interés asociativo de este tipo de emisoras se extiende rápidamente por el resto de Comunidades Autónomas, principalmente por aquellas donde se concentran mayor número de emisoras: Comunidad Valenciana, Andalucía, Islas Baleares, etc. Navarro señala dos características esenciales que son comunes a todas estas asociaciones creadas antes de 1992 (1999:83):

- En primer lugar, hay que resaltar la variedad de los miembros que componen estas asociaciones en cuanto a la titularidad de las iniciativas (públicas o privadas) o el sistema de transmisión (cable u onda terrestre). Pero todos ellos tienen un interés común.
- Todas se muestran, lógicamente, preocupadas por la situación legal del sector local y buscan en este tipo de acciones la defensa conjunta de sus intereses ante la Administración, a quién le solicitan que regule de manera inmediatamente para consolidar sus iniciativas.

A principios de los años 90, en un mercado en plena desregulación, aparecen las primeras asociaciones de carácter nacional. Debemos citar en primer lugar la creación de ATEL (Asociación de Televisiones Locales), constituida en febrero de 1991, y cuyo objetivo principal era la presión a los poderes públicos para la regulación del sector. Esta asociación “nace con un criterio más selectivo que el mantenido por la mayoría de las televisiones que estaban agrupadas a nivel autonómico”, ya que exigía a sus integrantes calidad *Broadcast* en sus emisiones, descarta las emisoras por cable y defiende un modelo de televisión local de carácter comercial (Navarro, 1999:

83-84). A pesar de contar con un reducido número de asociados, será objeto de nuestro estudio posterior dada la repercusión que tuvo en el sector por su gran labor: revista, congresos, contactos con la Administración, etc.

Poco después, en octubre de 1992 se constituye la Coordinadora Estatal de Televisiones Locales (CETEL), que aglutina las federaciones catalana, andaluza, balear y valenciana, con el objetivo de "constituir una plataforma que sirva de interlocutor válido con el gobierno central" (Navarro, 1999:83). Como el resto de asociaciones, lo que se pretende es básicamente impulsar la regulación del sector, ya que dado el número y diversidad de miembros convienen distintos modelos de televisión. Aún siendo un colectivo representativo de televisiones privadas, su operatividad fue limitada (López Cantos, 2005:45).

2.1.8.2. Modelos de asociaciones de televisión local

Podemos, por tanto, encontrarnos con distintas uniones de televisión local: gremiales, cooperativas o las redes pertenecientes a los grupos mediáticos. A continuación mostramos una tabla resumen de las principales asociaciones de televisión local que podemos encontrar en nuestro país, para posteriormente analizar algunos de los casos más representativos dentro de cada categoría, bien por su representatividad o el volumen de empresas del sector que representan.

Asociación		Dirección	Localidad	CP	Provincia	Página web
Asociación Canaria de Televisión Locales	ASOCATEL	Ctra. General Norte, 29	Tacoronte	38350	Sta. Cruz Tenerife	
Asociación de Empresas Municipales de Andalucía de Radio y Televisión	EMARTV	Itálica, 1	Sevilla	41001	Sevilla	http://www.emartv.com/
Asociación de Televisión Locales ATEL	ATEL	Plaza Mayor, 2	Segovia	40080	Segovia	
Asociación de Televisión Locales de Andalucía	ACUTEL	Pza. España, 14	Lucena	14900	Córdoba	http://www.acutel.org
Asociación de Televisión Locales de Aragón	ATLA	Justo Navarro, 1	Calatayud	50300	Zaragoza	
Asociación de Televisión Locales de Extremadura	TVLOCALEX	Hernán Cortés, 171	Villanueva de la Serena	6700		http://tvlocalex.com/asociacion.php
Asociación de Televisión Locales del Principado de Asturias	ATELPA	Apdo. Correos, 222	Langreo	33930	Asturias	
Asociación Española de Televisión Digitales Privadas Autonómicas y Locales	ASODAL	Jorge Juan, 30	Madrid	28001	Madrid	http://www.asodal.es/
Asociación Española de Empresarios por Cable y Televisión Local	ESPACABLE	Maldonado, 4	Madrid	28006	Madrid	
Asociación Gallega de Televisión Locales	ASGATEL	O Freixo, 2	Ribadumia	36636	Pontevedra	
Asociación Nacional de Televisión Locales	Global Media	Matilde Díez, 21	Madrid	28002	Madrid	
Asociación Provincial de Televisión Locales de Sevilla	APROTELS	Pso. Mirador, 1	San Juan de Aznalfarache	41920	Sevilla	http://www.aprotels.com
Associació de Televisions Locals de la Comunitat Valenciana		General Castaños 1	Alcira	46600	Valencia	
Canal Local Català	CLC	Mossèn Cinto Verdager, 14	Esplugues de Llobregat	8950	Barcelona	http://www.tvterrassa.com/clc/
Consorci local i comarcal de comunicació	CATTV	Valencia, 231	Barcelona	8007	Barcelona	http://www.clcc-comunicacio.org/
Federació de Televisions Locals a Catalunya		Gran Via de les Corts Catalanes, 837	Barcelona	8018	Barcelona	
Federació de Televisions Locals de les Illes Balears	FETELBA	Carrer Paraires, 15	Llucmajor	7620	Mallorca	http://www.fetelba.com/

Federació de Televisions Municipals de Catalunya		Traverssера de Gràcia, 58	Barcelona	8006	Barcelona	
Federación de Asociaciones de Radio y Televisión			Madrid	28008	Madrid	
Local Media		Serrano, 41	Madrid	28002	Madrid	http://www.localmediatv.com/
Xarxa de Televisions Locals	XTVL	Almogàvers, 177	Barcelona	8018	Barcelona	http://www.xtvl.org

Tabla 15: Relación de asociaciones de televisión local en España. Fuente: elaboración propia

2.1.8.2.1. Asociaciones Gremiales

Este tipo de asociaciones se caracterizan por agrupar emisoras independientes de televisión local, generalmente con el objetivo de defender conjuntamente sus intereses ante la Administración. Las asociaciones gremiales son las más habituales, ya que no implica para sus integrantes obligación alguna con respecto a la programación. En este apartado hemos destacado tres ejemplos:

- ATEL es una de las más significativas de este tipo de asociaciones tanto por el número de integrantes como por su participación activa en la defensa de los intereses de este tipo de televisiones.
- G-9 es una asociación de asociaciones de televisiones locales que nace con el objeto de defender el modelo de televisión de proximidad y proteger los intereses de las 'televisiones históricas'.
- ASODAL. Esta asociación aglutina los intereses de televisiones exclusivamente digitales de titularidad privada y cobertura autonómica y local; y lo que es más importante: todas tienen con la correspondiente licencia administrativa para emitir

ATEL (Asociación de Televisiones Locales) nace en 1991, agrupando a unas treinta y cinco emisoras con un modelo bien definido: una televisión local profesional, de calidad, dotada de recursos suficientes; de ámbito de cobertura menor al regional, funcionando al amparo de la libertad de expresión y de la libertad de empresa, sin más restricciones que las técnicas.

De esta manera, ATEL, como el resto de las asociaciones de televisión local, desempeñan un papel activo dentro del sector audiovisual (Farias y Multigner, 1995:233-234):

- Rechazan el concepto de servicio público. La televisión es una industria de libre establecimiento que sólo debe estar sometida al Estado por la utilización del espacio radioeléctrico. Consideran este

concepto inconstitucional porque vulneran el derecho a la libre empresa y a la libertad de expresión.

- Declaran la existencia de unas 400 emisoras en todo el territorio nacional y piden su legalización.
- Aceptan la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid que determina:
 - La situación de alegalidad de la televisión local
 - La obligación a tener una concesión es imposible en estas circunstancias, y supone la supresión del derecho a las libertades de expresión y comunicación recogidas en la Constitución Española.
- Exigencia al gobierno de cumplir la sentencia del Tribunal Constitucional y legislar de manera inmediata.
- Desacuerdo con el sistema de concesiones y con la limitación en la publicidad establecida en el proyecto de ley. Se proponen determinadas enmiendas.
- Propone la creación de un organismo autónomo que represente y encauce todas las discrepancias ante la Administración.

Especialmente significativa es la creación del llamado **G-9** que nace el 14 de mayo de 2004 con la firma conjunta del 'Manifiesto de Granollers' a raíz de la preocupación de los firmantes por la inseguridad jurídica del sector local y en defensa de la televisión local de proximidad.

En este manifiesto las asociaciones integrantes decidieron solicitar al Gobierno la creación de una Mesa del sector de televisión local para tratar de la revisión del contenido y los plazos establecidos por el Plan Técnico Nacional TDT Local, el estudio de la Ley de Televisiones Locales tras las modificaciones que se produjeron en 2002 y 2003 y la búsqueda de fórmulas que garantizaran la continuidad de las televisiones locales que representa el G-9.¹⁷ En este sentido, el G-9 fue reconocido como interlocutor de la Administración General

¹⁷ Consultar <http://www.g9tvlocal.com>

del Estado y recibido por José Montilla, entonces Ministro de Industria, Turismo y Comercio.

Otro de los objetivos fundamentales de esta macro-asociación es la protección de las televisiones históricas, como ya se consiguió a través de la regulación de la Televisión de Proximidad sin ánimo de lucro en la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso para la Sociedad de la Información.

Forman parte de esta organización las siguientes Las asociaciones:

- Televisions Locals de Catalunya (TLC)
- Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV).
- Asociación de Televisiones Locales de Madrid.
- Asociación Gallega de Televisions Locais (ASGATEL)
- Associació de Televisions Digital de Proximitat de la Comunitat Valenciana.
- Federació de Televisions Locals de Les Illes Balears (FETELBA).
- Asociación Nacional de Operadores de Telecomunicaciones y Servicios de Internet (AOTEC).
- Federació de TV Locals de Catalunya (CAT TV).

Estas asociaciones suponen “más del 80% de las televisiones locales existentes actualmente en España que no pertenecen a ninguna cadena centralizada o grupo multimedia. En total están representadas más de 350 emisoras de televisión de diferentes comunidades autónomas [...]” (Teleinfome, 2008: 22).

Un caso aparte es **ASODAL** ya que, la Asociación Española de Televisiones Digitales Privadas Autonómicas y Locales fue constituida en noviembre de 2006 con el fin de defender los intereses de sus integrantes, aquellas televisiones digitales con licencia para emitir en el ámbito local y autonómico.

Los objetivos principales de esta asociación son los siguientes:

- Intervenir en los foros institucionales en los que se trate el futuro de la televisión autonómica y local, para lo que se ha solicitado la participación de la sociedad en el Consejo Asesor del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.
- Garantizar el cumplimiento de la normativa sobre TDT local, defendiendo los intereses de sus afiliados.
- Promover un contexto de competencia neutral en relación con las televisiones públicas y su financiación.

La Asociación celebró su junta anual en el marco del el I Congreso Español de Televisión Digital Autonómica y Local organizado por ASODAL y la Universidad de Málaga los días 8, 9 y 10 de abril de 2008. En este foro se concluyó que el apagón es necesario para todos los actores involucrados y es posible. Pero, entre las asignaturas pendientes, están los contenidos, un elemento clave para la implantación y éxito de la TDT. Si los contenidos son los mismos que en analógico, será difícil que el usuario invierta en productos para TDT.

Además, detectaban algunas carencias en el marco legislativo de la TDT. Entre ellas, la más importante está el hecho de que consideran que se favorece al sector público en detrimento del privado y dan la espalda al propio mercado.

En el terreno económico, hay que destacar que, aunque la viabilidad de la televisión local sea difícil, la penetración y el crecimiento conjunto en cuota de pantalla son continuos. Con respecto al futuro, el campo digital abre nuevas

vías pero también nuevos riesgos. Un reto importante será el de buscar nuevas fórmulas de ingreso, y es que ya no valdrá sólo con publicidad. Las claves para conseguir un modelo de éxito son:

- Diferenciarse del resto de ofertas
- Contener lo que no ofrezcan las televisión a nivel estatal (participación ciudadana, información de eventos, servicios urbanos...).

2.1.8.2.2. Modelo regional o cooperativo

Este modelo supone un paso más en la evolución del asociacionismo de las televisiones locales de nuestro país. Más allá de la representatividad común –auspiciada por las gremiales-, este tipo de asociaciones supone la puesta en común de recursos (contenidos, redes, estudios, etc.) para mejorar la rentabilidad y la calidad de sus miembros. A este respecto analizaremos casos como la Xarxa de Televisions locals, formada por emisoras de titularidad pública, o Local Media, que plantea un modelo de negocio gracias a la gestión conjunta de los espacios publicitarios.

La **Xarxa de Televisions Locals**¹⁸ (XTVL) se crea en Cataluña en febrero de 1999 como resultado de la iniciativa de la Diputación de Barcelona con la Coordinadora de Televisiones Locales de Cataluña. Este proyecto surge ante “la falta de recursos materiales, la inexistencia de órganos de coordinación entre las propias televisiones y la necesidad de puntos de referencia y asesoramiento jurídico sobre el sector”, puntos que requerían ser solucionados a corto plazo (Egeda, 2004:137).

El modelo de la Xarxa está concebido para dar apoyo a las sesenta y siete televisiones adheridas –repartidas por Cataluña, Mallorca e Ibiza- en la producción de contenidos basados en un común denominador: la proximidad. Se trata, como declara Lau delgado, jefe del Departamento de

¹⁸ Ver <http://www.xtvl.tv/>

Promoción y Desarrollo, de una fórmula de intercambio de contenidos que, a la vez, “protege la esencia individualizada de cada una de las emisoras y su identidad, ayudándolas, incluso, a trabajar en formato de cadena, siempre que no se vulneren los horarios protegidos para la emisión local” (GECA, 2005:105).

Más allá de ser un mero canal de distribución de contenidos, la Xarxa se constituye en un verdadero “motor de proyectos que permiten proteger y orientar a todo el sector” a través de los siguientes ejes de actuación: coordinación de contenidos y acciones de las televisiones locales, gestión de los recursos disponibles de estas televisiones, producción y coproducción de contenidos de programas e informativos, contribución y distribución de contenidos a través de la transferencia vía satélite y de Internet y, finalmente, desarrollo de políticas de asesoramiento jurídico. La Xarxa dispone de una audiencia potencial de seis millones de espectadores.

En esta línea de cooperación podemos encontrar el Grupo **Local Media** Televisión con más de doce años de antigüedad. Este proyecto nace con la intención de unificar recursos y esfuerzos de las ciento noventa y una televisiones locales adheridas. Actualmente, tras la resolución de muchos de los concursos de TDT locales, Local Media se consolida como uno de los grupos independientes de televisiones locales más importantes de nuestro país. Sin haber finalizado todos los procesos concursales, Local Media ha obtenido treinta y nueve licencias que le aseguran su presencia en Galicia, Asturias, País Vasco, Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana, Islas Baleares, Región de Murcia y las Islas Canarias (Teleinforme, 2007:4).

Local Media ofrece a sus afiliados a través del satélite Hispasat 1D una parrilla de programación de veinticuatro horas, donde además de la producción propia de las televisiones del grupo, se ofrece programación ajena de carácter generalista, “respetando siempre la independencia, particularidades y carácter local” de cada una de las integrantes. Al mismo

tiempo, dispone de un servicio integral de comunicación, marketing, promociones y asesoría jurídica.

Un elemento esencial para las televisiones del grupo es el servicio de medición de audiencias a través de TNS Sofres y el EGM. Según la 1ª Ola del EGM 2006, Local Media TV obtuvo un total de 6.165.513 de espectadores acumulados durante el mes de octubre, lo que supone un crecimiento de un millón de espectadores desde junio de 2006, constituyéndose así en una de las ofertas locales más consolidadas en el territorio nacional.

Con origen en el cable, **TV Castilla y León**¹⁹ inició sus actividades en el mercado de la televisión local a finales de los ochenta como incentivo para la implantación de dicho soporte. Actualmente mantiene una red de dieciocho televisiones locales analógicas cuya cobertura ronda el 90% de la Castilla y León. Desde 1989 la Televisión Castilla y León ofrece a los ciudadanos de esta comunidad un modelo de televisión regional que cuenta con ocho horas diarias de programación local y regional con unas 2.000 horas de producción propia abarcando todo tipo de géneros (magacines, informativos, deportes, etc. (GECA, 2005:106). Ellos mismos se consideran una televisión del siglo XXI: "cada vez más especializada, más temática y más participativa"²⁰. De hecho, ocho de sus cadenas ya emiten en Internet a tiempo real.

En una comunidad sin televisión autonómica pública, TVCYL presta servicio a más de 3.000 personas, con una audiencia acumulada según Sofres de 1.409.198 espectadores (septiembre de 2004) y sus ingresos publicitarios suponen el 70% del total de la comunidad.

¹⁹ <http://www.tvcyl.es/>

²⁰ Declaraciones extraídas de la conferencia "El Rol de las televisiones autonómicas y locales" a cargo de D. Florencio Carrera, director de Canal TV Castilla y León en el I Congreso Español de Televisión Digital Autonómica y Local organizado por ASODAL y la Universidad de Málaga los días 8, 9 y 10 de abril de 2008.

La Asociación de Televisiones Locales de Andalucía²¹ (**ACUTEL**) es una organización fundada en julio de 1992 y que está compuesta actualmente por 125 televisiones entre las que se encuentran emisoras con distintos sistemas de transmisión (ondas y cable) y titularidad (pública y privada) (Teleinforme, 2004:36-37). Las emisoras de esta asociación concentran el 80% de las televisiones locales de Andalucía, las cuales "dan cobertura conjunta del 90% de la Comunidad Autónoma, territorio con mayor número de televisiones locales de España".²²

Tradicionalmente ACUTEL mantiene constante una actividad de intercambio de programas entre sus emisoras y, como parte del esfuerzo conjunto de las emisoras de ACUTEL, EMA-RTV y AOTEC, el 28 de febrero de 2005 ve la luz Próxima TV, articuladas por, Andalucía Digital Multimedia, una empresa pública andaluza.

Próxima TV está integrada por unas doscientas emisoras presentes principalmente en Andalucía pero cuenta también con presencia en Murcia, Levante y Castilla La Mancha, llegando a una población superior a los siete millones de habitantes. Esta iniciativa se construye desde la "aportación de los mejores contenidos y la personalidad de cada localidad, potenciando lo específico de cada una y lo que cada una quiere ver con una gestión única y centralizada" (Teleinforme, 2005:58). Todas las emisoras están conectadas y emiten en cadena durante tres horas al día a través de un sistema de ADSL y satélite, gestionadas por Telefónica y Globecast.

²¹ <http://www.acutel.es/>

²² Consultar <http://www.acutel.org>

2.1.9. La entrada de los grupos de comunicación

A pesar de las confusas perspectivas, o cuanto menos desalentadoras, podemos observar que desde principios de los años noventa se viene produciendo la entrada en el mercado local de televisión de los principales grupos de comunicación españoles. Estos grupos, al calor de la posible regulación definitiva del sector, la Ley 41/1995, van tomando posiciones en espera de que se convoquen los futuros concursos de adjudicación. Estas empresas de comunicación no quieren dejar de estar presentes en ningún ámbito de la comunicación.

Al amparo del vacío legal existente en el sector comienzan entonces a proliferar este tipo de cadenas de televisión. Cambia así la fisonomía del mercado local. De los intrépidos empresarios que arriesgaban su capital invirtiendo en este tipo de televisión se va pasando, sobre todo como comentaremos en el nuevo entorno digital, a los grandes grupos de comunicación que intuyen que el sector irá a más. Buscan “un posicionamiento de hecho, aunque no de derecho, en el mercado con el objetivo de lograr en algún momento la legalización” (Cebrián Herreros, 2004:234).

Nos encontramos, de este modo, con el llegada de verdaderos entramados empresariales en los que la televisión local es una de sus múltiples actividades y, que más allá de buscar la satisfacción del espectador a través de la información local, utilizan este tipo de emisoras como nuevas ventanas de explotación de aquellos productos que ya fueron emitidos en el mercado nacional. La televisión local entra así a considerarse una de las líneas de negocio de estos grupos que, siguiendo la tendencia internacional, concentran bajo su influencia distintos medios de comunicación: periódicos, radios Internet y ahora la televisión local (Cinevideo20, junio 2002:2). Así la estrategia de estos grupos de comunicación consiste en consolidar grupos multimedia, siendo éstos “aquellos grupos empresariales, principalmente del sector de la prensa, que ampliaron sus actividades a todos los medios de

comunicación como resultado de la desregulación de los medios audiovisuales que se llevó a cabo en Europa en la década de los ochenta" (Ramos, 1996).

La entrada en el mercado local de los principales grupos de comunicación de nuestro país se justifica para Prado (2004:20) desde tres perspectivas:

1. Estos grupos, que buscan la maximización del beneficio para sus accionistas, descubren en el mercado local de la televisión nuevas posibilidades de negocio. En un mercado en proceso de descentralización, las audiencias locales cobran valor para estas empresas, especialmente aquellas ciudades que reúnen determinadas dimensiones. De esta manera, con menor esfuerzo se alcanzarán mayores audiencias potenciales.
2. Este mercado local presenta para ellos una oportunidad estratégica fundamental para aquellas empresas que quieren acceder al mercado de televisión, sobre todo para aquellas que en su momento no consiguieron licencia de cobertura nacional o autonómica. En este sentido, el mercado de televisión local ofrece a estos empresarios la posibilidad de romper las barreras de entrada en el mercado accediendo desde los ámbitos de cobertura más limitados.
3. La entrada de las empresas de comunicación puede ser considerada como una estrategia de posicionamiento en el sector ante la concesión de licencias de TDT local y autonómico. Aquellas empresas que iniciaron sus actividades en el mercado local durante los años noventa, como es el caso de Localia, reivindican su posición en el mercado, sobre todo, ante un nuevo escenario digital.

Lo que parece obvio es que el ámbito local de televisión supone para estos grupos de comunicación una ventaja competitiva en el mercado publicitario, al poder alcanzar a un mayor número de anunciantes potenciales.

De este modo, los grandes grupos pueden ofrecer a sus clientes publicidad a diferentes escalas:

- Publicidad nacional a tarifas más reducidas que en medios generalistas de cobertura estatal. El entramado de redes que despliegan por todo el territorio nacional les permite aprovechar sinergias, atrayendo a sus clientes de prensa o radio que, de este modo, pueden acceder a anunciarse en televisión con presupuestos más modestos y asequibles que en otros modelos de televisión.
- Publicidad local, buscando captar al anunciante local que no puede acceder a los grandes medios. De esta manera, los grandes grupos pueden alcanzar un pedazo de la tarta publicitaria que hasta ahora no podían explotar.
- Además, y siguiendo la misma estrategia que muchos modelos de televisión local, los grupos de comunicación tratan de obtener beneficios adicionales a través de los servicios de producción. Se trata así de amortizar sus infraestructuras técnicas y recursos humanos, ofreciendo al anunciante en servicio completo en todo el proceso.

Pero, como indica Sánchez Martínez, “la toma de posiciones de los grandes grupos puede afectar al desarrollo endógeno de la televisión local, dañando el propio concepto de la misma: la vocación de proximidad de la televisión local²³. Lamentablemente la creación de grandes grupos de comunicación, cuyo único objetivo es la explotación intensiva de un producto para obtener el máximo beneficio, conlleva un deterioro de la cultura comunicativa (Bustamante, 2003) y la pérdida de la identidad local de este tipo de medios. Se traslada así la misma lógica comercial al mercado local en el que ya no primarán los contenidos próximos al ciudadano, no presentes en otros modelos de televisión, para dar paso a las segundas o terceras

²³ SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Josefina. Ponencia *La influencia de la televisión local en el desarrollo de las regiones: el caso de Castilla – La Mancha* presentada en VII Congreso de la Asociación de Investigadores de Comunicación celebrada los días 18 y 19 de noviembre de 2004 en la Universidad Pompeu Fabra.

reemisiones de contenidos generalistas ya emitidos en los medios de estos grupos. La programación local queda así reducida a determinadas franjas para las que cada emisora de la red elabora contenidos locales.

Esta situación no parece fácil de evitar si tenemos en cuenta la situación actual de los concursos de adjudicación de las licencias digitales de televisión local. De hecho, éstos han supuesto un apoyo definitivo, como veremos en un análisis pormenorizado, a la consolidación de estos grupos en el mercado de la TDT local. De nada han servido las pocas medidas que los distintos gobiernos han puesto en marcha y cuyo cumplimiento no ha sido una realidad. Por ejemplo, el Gobierno aprobó en 2002, mediante una ley de acompañamiento, una modificación de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres del año 95. por la que los grupos con intereses en televisiones de cobertura estatal no podían participar en cadenas autonómicas y locales. Posteriormente, una modificación de la Ley de Televisión Privada permite a los "grupos con participación en cadenas de televisión nacional estar presentes en el accionariado de emisoras autonómicas y/o locales siempre y cuando no se supere el 20% de la población española", beneficiando claramente los intereses de Prisa y Vocento, ya presentes en el mercado (Emisiones TV, diciembre-enero 2004:44).

Por su parte, los grupos justifican su existencia mediante los siguientes argumentos²⁴:

1. Los contenidos de televisión son muy caros, por lo que difícilmente podría resultar rentable producir veinticuatro horas de programación local. En este sentido, los grupos contribuyen con contenidos "dignos" que serán completados con la información de proximidad que realiza cada emisora en base a sus posibilidades reales.

²⁴ Declaraciones extraídas de la conferencia *Programación en cadena* presentada por Alejandro Samanes, director general de Popular TV, durante el curso *La televisión local ante el reto de la digitalización del sector audiovisual* que se celebró del 18 al 20 de octubre de 2005 en el marco de los cursos del Ciclo de Otoño de Comunicación en el CES Felipe II de Aranjuez.

2. Los grupos aportan estabilidad y solvencia económica al mercado, un mercado que hasta su llegada se caracterizaba por empresarios individuales que afrontaban el mercado en una precaria situación económica.
3. Fomentan la regularización del sector en la concesión de licencias, algo que consideran absolutamente necesario. Solicitan a la Administración un marco legal estable que les permita desarrollar sus actividades eliminando la incertidumbre empresarial que existe desde las primeras emisiones locales de televisión.

Para Joaquín Guereñu, director de contenidos de Localia TV, "sin un gran Grupo no se pueden aguantar las inversiones y entonces es cuando no queda más remedio que hacer teletienda, brujas y similares. La televisión es muy cara, y si no hay detrás un apoyo económico, las inversiones se tambalean" (Emisiones diciembre-enero 2004:45).

Si bien es cierto, que estos grupos poseen los recursos económicos para afrontar las múltiples inversiones que suponen la actividad audiovisual y, cómo no, para afrontar la reconversión tecnológica en la que nos encontramos inmersos, debemos tener en cuenta los efectos negativos que la concentración de empresas de comunicación conlleva para el pluralismo informativo. Como afirma Fernando Ramos, "el problema radica en saber si se reduce la competencia, que en el ámbito informativo se traduce en una reducción del pluralismo, en sus vertientes informativas, de opinión y de alternativas culturales" (Ramos, 1996).

De ahí la importancia de la existencia de muchas de las televisiones históricas, ya que presentan un modelo alternativo de comunicación a los grandes medios, y que, con las normas del juego establecidas por los concursos de adjudicación de licencias digitales, se ven abocadas a desaparecer al no poder afrontar siquiera el pago de las garantías que establecen las bases de estos concursos. Por ello, parece oportuno analizar los principales grupos de comunicación de nuestro país y sus estrategias de implantación en el mercado local de televisión.

2.1.9.1. Localia TV

Bajo la marca comercial Localia TV, la Promotora de Emisoras de Televisión (PRETESA), filial del grupo Prisa engloba desde 1999 las emisoras de televisión local que tiene repartidas por todo el territorio nacional, entramado que ha ido tejiendo sobre las bases de las emisoras de radio que la Cadena Ser tenía repartidas por toda España. Se trata así de integrar las emisoras locales (participadas o asociadas) bajo una denominación común.

El objetivo social de esta filial, que consiste en “la prestación de servicios de televisión y comunicaciones en cualquiera de sus modalidades” (Teleinforme, octubre 2001) se lleva a cabo copiando el modelo de las *networks* norteamericanas. PRETESA trata de ir creando televisiones locales sobre las que construir una red de cobertura nacional con desconexiones para introducir la información y la publicidad local.

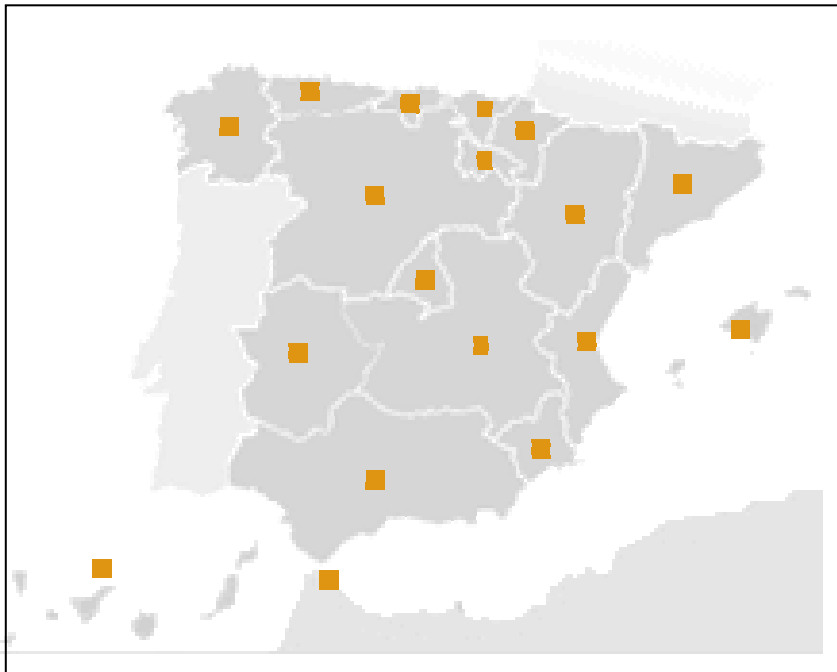


Ilustración 16: Mapa de emisoras de Localia TV.

Fuente: <http://www.localia.es>

El proyecto de Localia, del Grupo Prisa, es, según Laureano García, director de Estrategia y Desarrollo de PRETESA, “una forma de convertir la televisión local en profesional, huyendo del término local como de un concepto algo amateur” (Teleinforme, mayo 2002:10). Lo cierto es que la mayoría de las televisiones locales no ven con buenos ojos este planteamiento, ya que supone una infracción reiterada de la prohibición de emitir en cadena impuesta por la Ley 41/1995 de Televisión Local por ondas terrestres.

Para conseguir esta preciada televisión local a ‘escala nacional’, Localia ha adquirido televisiones locales ya existentes –y funcionando- y, en otros casos, cadenas sin programación pero con ‘licencia’, es decir, que emitían antes de la Ley de 1995, como es el caso de la antigua Tele Ocio o Tele Alcalá en la Comunidad de Madrid. Pero no todas las cadenas que se asocian bajo esta marca comercial se adscriben al mismo marco de colaboración. Así, diferenciamos dos tipos de colaboraciones:

- Cadenas asociadas, emisoras sin ninguna accionarial pero que poseen un acuerdo comercial por el que adquieren la programación producida por PRETESA y utilizan su marca comercial.
- Televisiones participadas por PRETESA en un porcentaje distinto de su accionariado. Este sistema permite al grupo crecer más rápidamente sin realizar las cuantiosas inversiones que supondría la creación desde cero de una televisión.

La Programación de Localia es casi en su totalidad generalista. Las líneas básicas de la programación son la emisión de programas locales centrados principalmente en los informativos y otros programas de interés para los ciudadanos de cada una de las localidades en que emiten. Se compone pues de informativos locales y nacionales, producción propia de debates y entrevistas, series, películas nacionales y extranjeras. Según Carmelo Encinas, director de Localia Madrid, su objetivo es “potenciar la información local, la actualidad más próxima al ciudadano, que es nuestra gran seña de identidad,

nuestra razón de ser, sin olvidar un reforzamiento de la información que excede el espacio estrictamente local" (Teleinforme, mayo 2002: 10). La producción propia sirve así para construir una imagen de cadena local.

La parrilla se completa con programas, series y cine de calidad suministrados por canales de televisión que emiten por satélite a través de Canal Satélite Digital. En la actualidad, Localia tiene suscritos acuerdos con algunas de las más importantes productoras y distribuidoras del mundo como NBC Universal, Disney Buenavista, Sogepaq, Nacional Geographic, BBC, Discovery y Sony Columbia, entre otras. Es importante destacar la ausencia de programas de 'servicio telefónico' mediante líneas de teléfonos de pago; no hay programas de videncia, ni de teletienda.

PRETESA tiene en estos momentos más de un centenar de cadenas repartidas por toda la geografía española²⁵. Hasta 2005 Localia TV contaba sólo en la Comunidad de Madrid con once emisoras, dos de ellas asociadas, y entre las que cabe destacar:

- LOCALIA TV MADRID, la única que se mantiene con actividad actualmente. Emite a través de la frecuencia de Tele Ocio, una cadena ya desaparecida que realizaba una programación auténticamente local.
- LOCALIA ALCALÁ DE HENARES, que comenzó sus emisiones como Telealcalá, con la reconversión de sus actividades de vídeo comunitario. Es una de las emisoras más antiguas de la Comunidad.

El resto de emisoras que completan el grupo madrileño son: LOCALIA MÓSTOLES, LOCALIA GETAFE, LOCALIA LEGANÉS, LOCALIA VILLALBA, LOCALIA ALCORCÓN, LOCALIA- TELESTUDIO (Asociada), LOCALIA SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES (Asociada), LOCALIA FUENLABRADA, LOCALIA PINTO y LOCALIA PARLA.

²⁵ Consultar <http://www.localia.es>

Como veremos en el capítulo III, dedicado a la televisión local de la Comunidad de Madrid, Localia TV fue la gran perdedora en el concurso de adjudicación de licencias de TDT local. A pesar del respaldo de su grupo y de contar con una decena de emisoras, dos de ellas 'históricas' en la Comunidad, el Gobierno de Esperanza Aguirre no concedió ni una sola licencia a PRETESA. Ello supuso un duro varapalo para Localia TV que se vio obligado a cerrar todas las emisoras de la Comunidad, excepto la emisora de la capital cuyos estudios centrales se sitúan en la céntrica Gran Vía madrileña, junto con las oficinas del resto de empresas del grupo.

Gracias al recurso contencioso-administrativo interpuesto por PRETESA, ésta podría haber continuado con sus emisiones analógicas hasta que dicho proceso hubiera sido completado. Sin embargo, en noviembre de 2008 se hizo público el cierre de esta red de emisoras de cobertura nacional.²⁶ Un cese que se concretó el 31 de diciembre de 2008.

²⁶ Ver 3.2.3.2. 'Cierre Localia TV'.

2.1.9.2. Popular TV

Popular TV²⁷ nace con la vocación de ser una cadena familiar, "una televisión que se pueda ver a cualquier hora del día cualquier miembro de la familia" (Vivar, 2006:).

Esta red de televisiones locales, filial de la Cadena COPE, perteneciente a la Iglesia Católica española, presenta un modelo de televisión alternativo cuyos principales objetivos son los siguientes:

- Satisfacción de las necesidades de las diócesis en el ámbito de la televisión: llegar a los feligreses locales.
- Alternativa como modelo de televisión generalista, familiar, impregnada de los valores católicos.
- Televisión de proximidad en las franjas locales, que son apoyadas con una programación generalista común, pero con carácter comercial para la obtención de ingresos publicitarios que sostengan la cadena.

La programación de Popular TV está impregnada de un ideario que defienden los valores del humanismo cristiano y pretender ser una alternativa al resto de televisiones. Se rechaza cualquier contenido considerado como amoral o contra los principios de la cadena. Por ello, no tienen cabida muchos de los contenidos que se encuentran en muchas televisiones locales: brujas, concursos fraudulentos, contenidos eróticos o de violencia gratuita.

Los informativos son una parte importante de su programación diaria. Según Alejandro Samames, director General de Popular TV, en informativos "utilizamos una frase de su Santidad Juan Pablo II: 'la cultura de la sabiduría propia de la iglesia puede evitar que la cultura de la información propia de los medios se convierta en acumulación de hechos sin sentido'" (Vivar, 2005).

²⁷ <http://www.populartv.net>

2.1.9.3. Vocento

Vocento es uno de los principales grupo de comunicación multimedia español con especial relevancia en la edición de prensa gracias a sus catorce cabeceras de referencia (ABC, El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, La Rioja, El Norte de Castilla, El Comercio, La Voz de Cádiz y Las Provincias y el diario gratuito QUÉ!) que desarrollan “un periodismo independiente de calidad, próximo a la realidad del territorio en el que operan”²⁸.

El grupo es también líder en la publicación de suplementos de información general (XLSemanal, Mujer Hoy, TVMás) y en revistas especializadas (Mi Cartera de Inversión, Motor 16 y revistas corporativas). Al mismo tiempo dispone de participaciones en radio (Punto Radio), televisión (Telecinco, Net TV, Punto TV), como en producción y distribución audiovisual (“Hospital Central”, “El Comisario”, “MIR”, “El Gran Prix” y “Pasapalabra” entre otros) e Internet, con casi 17 millones de usuarios únicos.

En el mercado de televisión cabe que destacar que Vocento es el único grupo de comunicación con presencia en la televisión nacional, autonómico y local. Cuenta con dos licencias de televisión digital terrestres (Net TV y Disney Channel –antes Fly TV) y una participación accionarial en Telecinco. En televisión autonómica y local, Vocento está presente en casi el 80% del territorio nacional con la marca Punto TV, que agrupa todas sus emisoras locales y autonómicas de televisión.

En la actualidad Punto TV²⁹ cuenta con cincuenta televisiones en treinta y nueve provincias y proporciona cobertura a más de 12 millones de ciudadanos. Punto TV “apuesta por una televisión de proximidad, apoyada en una fuerte estrategia multimedia y multisoprote que permite aprovechar al máximo las sinergias existentes y liderar las audiencias en las provincias en las que se tiene presencia”.

²⁸ Consultar <http://www.vocento.com>

²⁹ Consultar <http://www.puntotv.es/>

Ha conseguido licencias de TDT regionales en Madrid, La Rioja, Valencia, Andalucía y Murcia. Además, cuenta con una local en Barcelona con Urbe TV.

En la Comunidad de Madrid, Vocento participa en el mercado autonómico y local de televisión a través de Onda 6 TV. Nacida el 21 de noviembre de 2000 a raíz de una concesión de TDT autonómica otorgada por la Comunidad, junto con Quiero TV y LaOtra de Telemadrid. En su accionariado participaban Prensa Española (40%), Pantalla Digital (sociedad integrada por Telson, Cartel y Grupo Árbol, con un 40%) y Europroducciones (20%) (Pulsa Media, 2004). Este mismo accionario, junto con Vía Plus, formaba el núcleo fuerte de otra de las compañías que resultaron adjudicatarias de una licencia de TDT, en este caso de cobertura estatal, Net TV

Ante la demora en la adopción de un modelo de distribución y comercialización de los receptores digitales en el momento de su adjudicación, y debido a la exigencia de las bases del concurso de iniciar las emisiones, Onda 6 se vio abocada a buscar una fórmula que la posibilitara llegar a los espectadores. La solución venía de la posibilidad de emitir simultáneamente en analógico y digital. De esta manera, la dirección de Onda 6 se decantó por una solución rápida y viable: la adquisición de la frecuencia de una emisora de televisión local que ya estuviera emitiendo en el ámbito analógico. Finalmente se adquiere Telemadroño, emisora madrileña de televisión local que venía emitiendo con anterioridad a 1995, y por tanto, podía considerar como una de las televisiones 'históricas' según lo establecido en la Ley de Televisiones Locales por Ondas Terrestres (García Castilejo, 2002).

Onda 6, con vocación de ser un canal multimedia, se puede recibir a través de múltiples sistemas:

- Analógico:

Madrid Capital	29 UHF
Cuenca Del Manzanares	61 UHF
Pozuelo	61 UHF
Majadahonda	61 UHF
Aravaca	61 UHF
Noreste De Madrid	37 UHF
Móstoles	32 UHF
Collado Villalba	30 UHF
San Fernando de Henares	51 UHF

- Cable: Ono (antes Auna y Madritel)

En el futuro sus responsables esperan que pueda ser recibido por Internet y en el teléfono móvil a través de UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). En breve la cobertura de Onda 6 será del 97,42 de la Comunidad de Madrid³⁰.

En sus inicios Onda 6 apostó por una fórmula de programación consistente en la sucesión de piezas cortas, de entre uno y tres minutos, de información y ocio. Este formato ya había sido explotado por otro canal madrileño, hoy desaparecido, Tele Ocio (ahora Localia TV Madrid). De las dieciocho horas de emisión diaria, unas catorce corresponden a piezas de producción propia, y cuatro de ellas a información en directo con las últimas noticias en deportes, economía, tráfico, el tiempo, etc. También se recogen propuestas para el entretenimiento dentro de nuestra comunidad: restaurantes, arte, cultura, música, etc.

³⁰ Ver <http://www.onda6.net>

Nace con un presupuesto muy bajo- entre 700-800 millones de pesetas al año- y una cuota de pantalla relativamente escasa, como de un 3% que, según sus cálculos puedes darles beneficios (Producción Profesional, julio-agosto 2001: 47). El proyecto reviste una gran originalidad: Es diferente porque no pretende competir con el resto de cadenas. Fue ideado como un canal de zapeo en el que el espectador acudía para informarse con puntualidad cada hora o simplemente para informarse. Se dirigía a un público joven y ágil que demandaba información, ocio y entretenimiento en un corto espacio de tiempo (Teleinforme, noviembre 2000: 41).

Probablemente, este canal haya sido el gran fracaso de la televisión local de Madrid en 2001. Las grandes inversiones que realizaron sus accionistas en equipamiento, junto al hecho de que este formato no tuvo las cuotas de audiencia esperadas, sume en una grave crisis al canal, apenas un año después de su nacimiento. Desde noviembre de 2001, a partir del acuerdo de fusión de los grupos de comunicación Correo y Prensa Española bajo la denominación de Vocento, comienza una nueva etapa en sus emisiones. Se da un giro a la programación, transmitiendo la programación de UNE, la agencia de Telecinco (canal del que dicho grupo controla el 25%). En esta etapa su parrilla se compone de información local y de los programas que suministra la agencia: series ("El Súper", "Superagente 86" o "Médico de familia"), programas de cotilleo, etc.

A principios de 2006 se produce la ruptura de este acuerdo firmado entre Vocento y UNE, por que las emisoras de Punto Televisión dejan de emitir los programas suministrados por la filial de Telecinco. Éstos serán posteriormente sustituidos por programas de Globomedia, Europroducciones y BocaBoca, todas ellas empresas participadas por Vocento (Emisiones TV, mayo-junio 2005:42).

2.1.9.4. Grupo Telecinco

Ante los movimientos de los principales grupos de comunicación en el ámbito local de la televisión, el grupo Telecinco no ha querido mantenerse al margen de este atractivo negocio desplegando desde 2002 una serie de iniciativas a través de las empresas que la componen (Cinevideo20, junio 2002:6):

- Atlas: se dedica a la venta de noticias vía satélite (Hispasat) compactadas y divididas en bloques sobre los que trabajar. Sus principales clientes son canales temáticos y televisiones locales. Dado el interés suscitado en comunidades como Andalucía, Cataluña o Levante, se han puesto en marcha un servicio específico para estas comunidades con bloques de noticias autonómicas.
- Une: ofrece un incipiente servicio de *broadcast*, contenidos multimedia, Internet y producción. Servicios que van desde ENG, unidades móviles, radio enlaces, hasta la venta de formatos de programas de investigación, temáticos o magazines de actualidad. Se trata de la venta de contenidos (programas y publicidad) bien por separado o integrados en una parrilla común. Sólo se exige el requisito de exclusividad para las cadenas de una misma área de cobertura.
- Publimedia: empresa del grupo que gestiona los espacios publicitarios. Dentro de los contenidos que gestiona UNE, la televisión local dispone de espacios propios de publicidad local. El resto son gestionados por Publimedia y sus beneficios son repartidos entre UNE, Publimedia y la televisión.

En opinión de Giuseppe Silvestroni, director de Publimedia, “es una herramienta para que las televisiones locales crezcan” proporcionando una programación muy atractiva para las audiencias de estas televisiones. Según fuentes del grupo estas iniciativas dan servicio a más de 50 cadenas y su

cobertura es del 70% del territorio nacional (Teleinforme, mayo 2002). El precio de estos depende de la población, el área de cobertura y la audiencia.

La programación de UNE llegó a emitirse en unas sesenta y cinco televisiones hasta la firma de un acuerdo de distribución con Vocento, por el que todas las emisoras del Grupo emitirían los espacios procedentes de UNE. Ello supuso un salto cualitativo para la Empresa que llegó a contar con unas doscientas emisoras locales (Producción Profesional, septiembre 2005:16).

La ruptura final de este acuerdo en 2006 supone la salida de las emisoras de Vocento. En una entrevista a Alejandro Echevarría, presidente de Telecinco éste reconoce el potencial del sector local que "supone el 10% de la facturación publicitaria" y el estado de las relaciones con Vocento dado que "ambos grupos desarrollan modelos diferentes y complementarios. Frente a la estrategia de Telecinco de entroncar la red dentro de la televisión nacional, Vocento ha diseñado un modelo basado en grupos multimedia locales" (Cinco Días, 2004).

De cualquier modo, Telecinco no ha renunciado al mercado local y ha decidido presentarse a los concursos de adjudicación de las licencias locales de TDT. En lugar de presentarse en solitario, formó una alianza con el Grupo Zeta que se concreta en la sociedad Red de Televisión Digital de Madrid, S.A., empresa que sería absorbida por la cadena de televisión al no obtener ninguna licencia en nuestra Comunidad. Sin embargo, en mayo de 2006 efectúa la compra de una parte de las sociedades audiovisuales de José Luis Moreno, lo que le garantiza la entrada en el mercado local de nuestra Comunidad a través de Homo Virtualis (Marzal, 2007:30). Poco tiempo después, en febrero 2007, ante lo que parece un cambio de estrategia en el emergente mercado de la TDT, Telecinco decide finalizar las emisiones de UNE, cuya señal se distribuía a través del Hispasat.

2.1.9.5. Grupo Planeta

Fundado en 1949, es hoy el primer grupo editorial de España y Latinoamérica y figura entre los principales grupos líderes de comunicación españoles por su participación en diferentes empresas de televisión, prensa, radio y también en Internet.

El Grupo Planeta es el responsable de la edición de La Razón, el diario catalán Avui, donde participa con el Grupo Godó, y el diario gratuito ADN, con una tirada de casi millón y medio de ejemplares diarios, y su correspondiente edición digital en Internet. En el sector de las revistas comparte, también con el Grupo Godó, la edición de publicaciones como Interiores, Historia y Vida o Playboy. A través del Grupo Júbilo cuenta también con un conjunto de publicaciones dedicadas a las personas mayores de cincuenta años.

En cuanto a los medios audiovisuales en 2003 se hizo con el control del Grupo Antena 3 a través de la compra de la participación que tenía Telefónica en el conjunto de empresas. En la actualidad el grupo está compuesto por Antena 3 TV y los dos canales de TDT Antena.Neox y Antena.Nova, Onda Cero Radio y Europa FM, Atres Advertising y Movierecord, empresas de gestión de publicidad, y Unipublic, empresa que posee los derechos audiovisuales de la Vuelta Ciclista a España.

Además de su labor editorial, debemos destacar su participación en la producción y distribución de películas, documentales y series de televisión a través de un grupo de empresas formado por DeAPlaneta Distribución, Planeta Junior, SAV-DeAPlaneta Home Entertainment y DeAPlaneta Producciones Audiovisuales.

En el contexto internacional el Grupo Planeta realizó en 2007 un salto estratégico muy importante con la adquisición del primer grupo de medios de comunicación de Colombia, Casa Editorial El Tiempo (CEET). El Grupo CEET edita los diarios El Tiempo, el de mayor circulación e influencia en Colombia y

uno de los tres más vendidos en América Latina; el diario económico Portafolio; el popular Hoy, y un conjunto de publicaciones locales denominadas 7 Días. Publica las revistas Cambio, líder en información general y análisis e investigación de la actualidad; Aló y Don Juan, dedicadas a públicos femenino y masculino, respectivamente; y otras de tecnología y sobre el mundo de los negocios como Enter 2.0 y Gestión. En televisión, opera con un canal, City TV, en la ciudad de Bogotá y en internet ha puesto en marcha varios portales con gran éxito, como metrocuadrado.com, dedicado al sector inmobiliario; motor.com.co, del mundo de la automoción, y empleeo.com, especializado en oferta y demanda de recursos humanos. Grupo CEET:

Con la experiencia televisiva de Antena 3 TV y través de Uniprex – sociedad propietaria de Onda Cero Radio-, el Grupo Planeta tampoco ha querido quedarse atrás en el negocio de la televisión local y está participando activamente en los concursos de adjudicación abiertos en las diferentes Comunidades Autónomas. En estos momentos, Uniprex TV ha conseguido siete licencias de TDT local en Cataluña (2), Comunidad de Madrid (4) y Comunidad Valenciana. Además, el Grupo Planeta dispone indirectamente de otra licencia de TDT en Barcelona capital mediante su participación accionarial en Gibson Time, S.L. (Marzal, 2007:30).

En la Comunidad de Madrid ha iniciado sus emisiones, bajo la marca comercial Ver-T, en las demarcaciones de Madrid capital, Alcalá de Henares, Alcobendas-San Sebastián de los Reyes y Fuenlabrada. Se trata de una televisión con vocación de servicio público que trata de mostrar a los ciudadanos su entorno de cercano; es un “nuevo concepto de televisión local en el que priman la pluralidad, la proximidad, y lo que es más importante, la participación de los ciudadanos llamados a convertirse en los principales artífices de nuestra programación”³¹.

³¹ Consultar <http://www.ver-t.es/vert/index.html>

2.1.9.6. Grupo Prensa Ibérica

Dedicada inicialmente a la edición de diarios, Prensa Ibérica ha ido creciendo y extendiendo sus actividades en áreas como la impresión de productos editoriales, la publicación de libros y revistas, la distribución de prensa, la televisión y las radios locales, conformándose así en uno de los emergentes grupos multimedia en nuestro país con amplia presencia en nueve comunidades autónomas: Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla León, Cataluña, Galicia, Murcia y Comunidad Valenciana³².

Según los datos controlados por OJD, en 2007, la difusión de las cabeceras de periodicidad diaria sumaba un total de 313.359 ejemplares y su audiencia (de acuerdo con el Primer Acumulado Móvil de 2008) llegaba a 1.880.000 lectores



Ilustración 18: Cabeceras de prensa diaria del Grupo Prensa Ibérica.

Fuente: <http://www.epi.es>

³² Consultar <http://www.epi.es>

En cuanto al sector audiovisual, el Grupo Prensa Ibérica ha ido ampliando a lo largo de los años su presencia en la radio y la televisión. Actualmente posee varias emisoras de radio FM, como son Radio Diario - Ibiza (97.2 FM), Radio Diario - Mallorca (103.9 FM) o Radio Canarias (103 .0 FM). Recientemente ha adquirido la emisora InterValencia (97.7 FM).

En el sector televisivo la estrategia de implantación se ha producido en dos áreas en desarrollo: participando en productoras de programas (Socater, Mediareport y Asturmedia), y explotando directamente emisoras de televisión. Prensa Ibérica dispone en estos momentos de cuatro televisiones de ámbito local que vienen emitiendo diariamente. Éstas son: Canal 21 Televisión, Málaga TV, La Opinión TV y Televisió de Manresa.



Ilustración 19: Emisoras de radio y televisión del Grupo Prensa Ibérica.

Fuente: <http://www.epi.es>

Además, ha participado, en sus zonas de implantación, en los diferentes concursos abiertos por los gobiernos autonómicos para la concesión de

licencias de televisión local y regional. Le han sido concedidas por el momento trece frecuencias en Cataluña (1), Comunidad Valenciana (2), Islas Baleares (2) y Región de Murcia (8), que se irán poniendo en funcionamiento progresivamente.

2.1.9.7. Otros grupos de comunicación

No podemos concluir este apartado sin citar a otros grupos de comunicación españoles que van dirigiendo sus estrategias hacia el mercado de televisión y consolidándose mediante la creación o adquisición de emisoras locales. Así, tenemos que referirnos a Unidad Editorial, empresa resultante de la fusión de Unedisa –editora del periódico El Mundo- y Recoletos –Expansión, Marca- que, a pesar de no contar con experiencia en el ámbito local, ha obtenido cinco licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana (4); el Grupo Zeta, especializado en el sector editorial, que posee Barcelona TV, una de las principales emisoras desde 1994; o un grupo emergente como es Libertad Digital, que traslada su periódico digital una red de televisiones locales que ya dispone de once licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (4), la Comunidad Valenciana (4) y la Región de Murcia (3).

2.2. Televisión local digital (2003-actualidad)

Tras el análisis anteriormente expuesto, podemos concluir que la situación del mercado de televisión local, antes de la digitalización, se caracteriza por los siguientes aspectos, siguiendo a García Castillejo (GECA, 2005: 104):

- Inseguridad jurídica ante la falta de un marco normativo estable por la falta de desarrollo de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres en un Plan Técnico.
- Toma de posiciones de los grandes grupos mediáticos al calor de la regulación del sector, en un intento de buscar nuevas ventanas de explotación para sus productos audiovisuales.
- Ascenso del fenómeno del asociacionismo que lleva a las emisoras locales a unirse en organizaciones que, además de defender conjuntamente sus derechos frente a la Administración, les permite abaratar costes y acceder a contenidos que no podrían comprar de manera individual.
- Vulneración de las prohibiciones y límites establecidos por la Ley 41/1995 en lo que se refiere a la emisión en cadena, lo que se concreta en la creación de redes de televisiones locales que emiten programación generalista con cobertura estatal, reservando algunas franjas para la emisión de contenidos de proximidad.

El panorama, por tanto, al que tienen que enfrentarse los operadores analógicos de televisión local se presenta complicado si tenemos en cuenta principalmente dos factores. Por un lado, el adelanto del apagado analógico con respecto a las televisiones de cobertura nacional y autonómica. Concretamente el 1 de enero de 2008 deberían haber cesado las emisiones analógicas de todos los operadores locales. Dicha fecha ha pasado sin que el cese de emisiones analógicas se haya producido, por lo que el sector se mantiene en vilo ante la incertidumbre de una nueva fecha.

Por otro lado, nos encontramos con el riesgo de expulsión de aquellas emisoras locales, sin ánimo de lucro, que venían operando en el sector y que han quedado excluidas de canales el texto del Plan Técnico Nacional de TDT Local.

Al mismo tiempo, como apunta José María Martín Guirao, director general de Medios Digitales y Televisiones Locales de Vocento, todavía quedan algunas asignaturas pendientes en el sector local. Además del necesario marco regulatorio, las televisiones locales deben solucionar el problema de la medición de audiencias y recobrar la confianza del sector publicitario para conseguir una posición estable en el mercado de televisión (GECA, 2005:107).

Durante el desarrollo de este apartado analizaremos las consecuencias que conlleva la digitalización de las emisiones en el ámbito local y que, como veremos, supone para la televisión local un cambio en la fisonomía del mercado, con la entrada de nuevos actores y la desaparición de los operadores 'históricos' que no han podido adaptarse a una nueva situación de mercado.

2.2.1. La llegada de la digitalización

La digitalización de las emisiones de televisión se encuentra enmarcada dentro de una política de la Unión Europea que obliga a todos los países miembros a realizar la conversión tecnológica en las emisiones terrestres de televisión antes del 1 de enero de 2012.

Pero, ¿cuál es el interés para este cambio de tecnología? Como señala López Izquierdo (2007:120), el principal motivo para la transición a la TDT radica en la racionalización del espectro radioeléctrico, espectro enormemente saturado y cuya liberación implicará la utilización de las frecuencias libres para nuevos usos, como por ejemplo, la televisión de Alta Definición o la televisión

en movilidad. Es, por tanto, un salto digital promovido por la Administración, y no un cambio natural del mercado (Richeri, 2004). De hecho, son precisamente los operadores consolidados en éste los que más reticentes se muestran a la hora de acometer el cambio. Principalmente porque los operadores temen perder el *status quo* actual. Consideran que la TDT implicará dificultades en la supervivencia de todos los operadores, dados los grandes costes que supondrá su implantación (Cantos, 2005:95). En el caso de los ciudadanos-espectadores, éstos no consideran la calidad de la señal de televisión como un motivo determinante y suficiente para realizar la inversión necesaria para adaptarse a la TDT.

De este modo, las políticas públicas van encaminadas a fomentar la Televisión Digital Terrestre como la oportunidad de incrementar la variedad y calidad de contenidos de televisión, así como la posibilidad de acceder a nuevos servicios interactivos, lo que redundará en los ciudadanos y en la competitividad del mercado de televisión. Pero, la realidad a la que nos enfrentamos en estos momentos es bien distinta, dada la falta de contenidos originales y alternativos, y la práctica inexistencia de los servicios adicionales, que, de momento, no están suponiendo un aliciente para la transición.

Otro de los motivos argumentados desde la Unión Europea para impulsar la digitalización de las emisiones terrestres de televisión es la oportunidad que ofrece la TDT como puerta de acceso a la Sociedad de la Información. Dados los bajos niveles de implantación del ordenador personal y del acceso a Internet a través de banda ancha, la televisión, electrodoméstico presente en el 98% de los hogares españoles ofrece a todos los ciudadanos un sistema cómodo y sencillo para acceder a los servicios de la Sociedad de la Información. La TDT permitirá así minimizar los efectos de la brecha digital, es decir, "los desajustes que la tecnología digital está abriendo entre quienes consiguen aprovecharse de ella y quienes quedan descolgados" (Rodríguez de las Heras, 2004:5).

Las ventajas tecnológicas introducidas por la televisión digital son indudables y se ha generado amplia literatura sobre el tema. Pero, de cualquier modo, en una investigación de estas características es necesario resaltar las bondades de la digitalización aplicadas a la señal de televisión. Entre las posibilidades que ofrece la TDT García Muñoz señala³³:

- Incremento en la oferta de canales de televisión como consecuencia de la mayor eficiencia en la transmisión de las señales de televisión con el mismo ancho de banda. Ello podrá suponer la aparición de nuevos operadores de televisión y repercutirá en una mayor competitividad en el mercado.
- Mejora en la recepción de televisión bajo condiciones adversas: interferencias, ruido, malas condiciones atmosféricas, etc., dado que la señal digital es más robusta. Desaparecen así la 'nieve' o las dobles imágenes en el receptor de televisión y se abre la posibilidad a la recepción móvil.
- Escalabilidad en la resolución de las emisiones incluida la televisión en Alta Definición y el formato panorámico de televisión (16:9).
- Posibilita un sonido digital multicanal que ofrece la posibilidad de disfrutar de la programación en el idioma original, además de formatos de audio avanzados.
- Acceso a la interactividad, lo que le dará al espectador la oportunidad de participar activamente en los programas de televisión o acceder a los múltiples servicios de información, juegos, concursos, guías electrónicas de programación, t-comercio, t-banca, t-educación, etc.³⁴ El único límite se encuentra en la dificultad de encontrar un canal de retorno natural.

³³ GARCÍA MUÑOZ, Joaquín. "Posibilidades y retos de la televisión digital". Razón y palabra, número 45, junio-julio 2005.

³⁴ GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La Televisión Digital Terrenal. Una perspectiva jurídica y de futuro". MUNDO INTERNET 2002. En: [http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/tv/varios/2002/Angel%20 G Castillejo.pdf](http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/tv/varios/2002/Angel%20G%20Castillejo.pdf) (Consultada 5/2/2005).

Una de las posibilidades que ofrece la tecnología digital es la necesidad de nuevos contenidos, configurándose éstos en la clave para el cambio. Contenidos “que sean capaces de complementar una nueva oferta multicanal, en la que la televisión local está llamada a desempeñar un papel fundamental por ser el primer eslabón de la industria audiovisual” (García Muñoz, 2005). En un nuevo escenario digital, que implicará la aparición de nuevos agentes, los contenidos serán el elemento diferenciador de la oferta televisiva, en suma, el valor añadido de cada operador. La ausencia de contenidos atractivos, en calidad y precio, puede provocar un estancamiento en la adopción de la nueva tecnología (Caballero, 2007:73).

Asistimos, de este modo, a un círculo vicioso dentro del sector televisivo. Los operadores, frente a la incertidumbre de un nuevo escenario, se muestran reticentes ante la nueva situación debida, entre otros motivos, a las fuertes inversiones que deben realizar y donde los contenidos ocupan una partida fundamental en sus presupuestos. Por su parte, los espectadores, ante la falta de contenidos originales y atractivos y la inexistencia de servicios interactivos, no encuentran motivos suficientes para afrontar un cambio de tecnología que es irreversible. En este panorama, la labor de las diferentes Administraciones se antoja fundamental para romper con esta dinámica e impulsar una transición rápida y con la menor cantidad de inconvenientes posibles para los ciudadanos.

Si bien es verdad que la Televisión Digital Terrestre abre un abanico de posibilidades que hasta el momento aparecían vedadas en el escenario analógico, haciendo que “el fenómeno de la difusión y recepción televisiva sea más complejo y poliédrico” (Idem: 171). Las posibilidades de negocio que se perfilan son enormes y, en gran medida –y sobre todo para las nuevas TDT locales- vienen de la mano de los servicios interactivos. La interactividad, además de transformar el papel pasivo de la audiencia en activo, puede suponer fuentes adicionales de ingresos para los operadores, que

complementarán los provenientes de la facturación publicitaria que ahora deberá repartirse entre un mayor número de actores.

En este sentido, el espacio local se configura como una oportunidad de negocio y de influencia (Prado, 2004:15), no sólo por la fidelidad que las audiencias muestran hacia los contenidos de proximidad, sino porque "la única interactividad posible según la capacidad asignada a cada programa nacional es de carácter local". Otro tipo de interactividad sería inviable debido al ancho de banda del que disponen los operadores, sobre todo aquellos que comparten un múltiplex (Caballero, 2007:298). Ante la imposibilidad del acceso condicional a las emisiones de televisión establecida en la regulación española, las televisiones locales pueden encontrar en este tipo servicios un nicho de mercado que garantice su supervivencia en un mercado digital tan enormemente competitivo.

La situación de la televisión local, ya abordada, no está lo suficientemente consolidada como para hacer frente a las grandes inversiones que son necesarias: equipos e infraestructuras, contenidos de calidad, programas interactivos, etc., sobre todo si tenemos en cuenta que la competencia conllevará la bajada de los precios de las inserciones publicitarias (Cantos, 2005:111) y, por tanto, de la principal fuente de financiación del sector televisivo, en especial del ámbito local. Esta situación beneficia claramente a los grupos mediáticos que disponen de muchos más recursos para afrontar tan complicado proceso y supone para las televisiones locales un claro impedimento para que, precisamente, sean locales (Cinevideo20, 2002:5).

La digitalización, por tanto, implica un necesario cambio en el modelo de negocio y de estrategia con respecto al modelo analógico para todos los operadores pero imperiosamente para las televisiones locales.

2.2.2. El marco normativo de la Televisión Digital Terrestre Local

La televisión local da sus primeros pasos en un nuevo escenario digital de la mano de la Ley 53/2002, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, de 30 de diciembre. De este modo, el Gobierno del Partido Popular, tras años de desidia ante el sector local, decide acometer la necesaria reorganización de esta modalidad de esta televisión, y mediante esta ley de Medidas Urgentes, decide que la televisión local será digital o no será. Se establece así la “desaparición de la televisión local analógica y la creación de la televisión local digital al socaire de la elaboración de un Plan Técnico Nacional” (Fideca, 2004:5).

En su artículo 109 la Ley ofrece una redefinición del concepto de televisión local recogido por primera vez en la Ley 41/1995, de Televisión Local por Ondas Terrestres. De este modo, la televisión local es la modalidad de televisión “consistente en la emisión o transmisión, con tecnología digital, de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica por medios de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial local”.

Mediante la necesaria aprobación de un Plan Técnico que establecerá los plazos y el reparto de las frecuencias, la ley reserva un canal múltiplex – inicialmente compuesto por cuatro programas digitales- para las capitales autonómicas y regionales, y para todos aquellos municipios cuya población supere los 100.000 habitantes. En caso de que la población fuera menor, se establecerá una cobertura para municipios colindantes con una población mayor de 25.000 personas o, en su defecto, para todas aquellas localidades incluidas en un radio de veinticinco kilómetros. De este modo, la nueva televisión local excederá el ámbito de cobertura municipal para convertirse en una televisión de cobertura comarcal.

En cuanto a la gestión, frente a la prioridad de las iniciativas públicas establecida en la ley del 95, el nuevo modelo de TDT local dotará de mayor

peso específico a la gestión privada al poder disponer, previo concurso de adjudicación de tres de los cuatro programas de cada canal múltiplex. Ello obligará a todos los ayuntamientos de la zona de cobertura a llegar a un acuerdo para la gestión conjunta de la televisión, con los consiguientes problemas que ello supone y que serán analizados con mayor profundidad en el siguiente punto.

Además de establecer un nuevo régimen sancionador y la obligación de someter a la aprobación de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones (Ministerio de Industria) los proyectos técnicos, se mantiene el régimen transitorio establecido por la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres. Las emisoras que no consiguieran licencia digital deben cesar sus emisiones en el plazo de ocho meses a contar desde la resolución de dicho concurso. Plazo que no se está cumpliendo, entre otras razones, por la impugnación de la adjudicación de las licencias en los tribunales de justicia, como es el caso de la Comunidad de Madrid.

Un año más tarde y mediante el mismo procedimiento –una ley de Medidas Urgentes–, la Ley 62/2003 de 30 de diciembre establece un período transitorio de dos años para la migración digital de las emisoras que resultaran adjudicatarias de los concursos que se resolvieran en el futuro.

Para ello, y para que la historia no volviera a repetirse, se hacía necesaria la promulgación de un Plan Técnico. Pocos meses después, el 12 de marzo de 2004, dos días antes de las elecciones que perdería el Partido Popular, el Real Decreto 439/2004 aprueba finalmente el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local (PTNTDTL).

Este Plan Técnico diseña un nuevo mapa de frecuencias locales, que habían sido aprobadas por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital (PTNTDT) mediante el Real Decreto 2169/1998. Como había establecido la Ley 53/2002, el Plan reserva cobertura para municipios de más de 100.000 habitantes y, en el caso de ciudades con alta densidad de población –como

Madrid o Barcelona- se establece la posibilidad de contar con dos canales múltiplex.

Cada canal múltiplex estará compuesto por cuatro programas digitales pero las Comunidades Autónomas podrán decidir la ampliación en el número de los mismos, siempre que se asegure la calidad. El Plan reserva además el 20% de la capacidad del canal para la prestación de servicios adicionales.

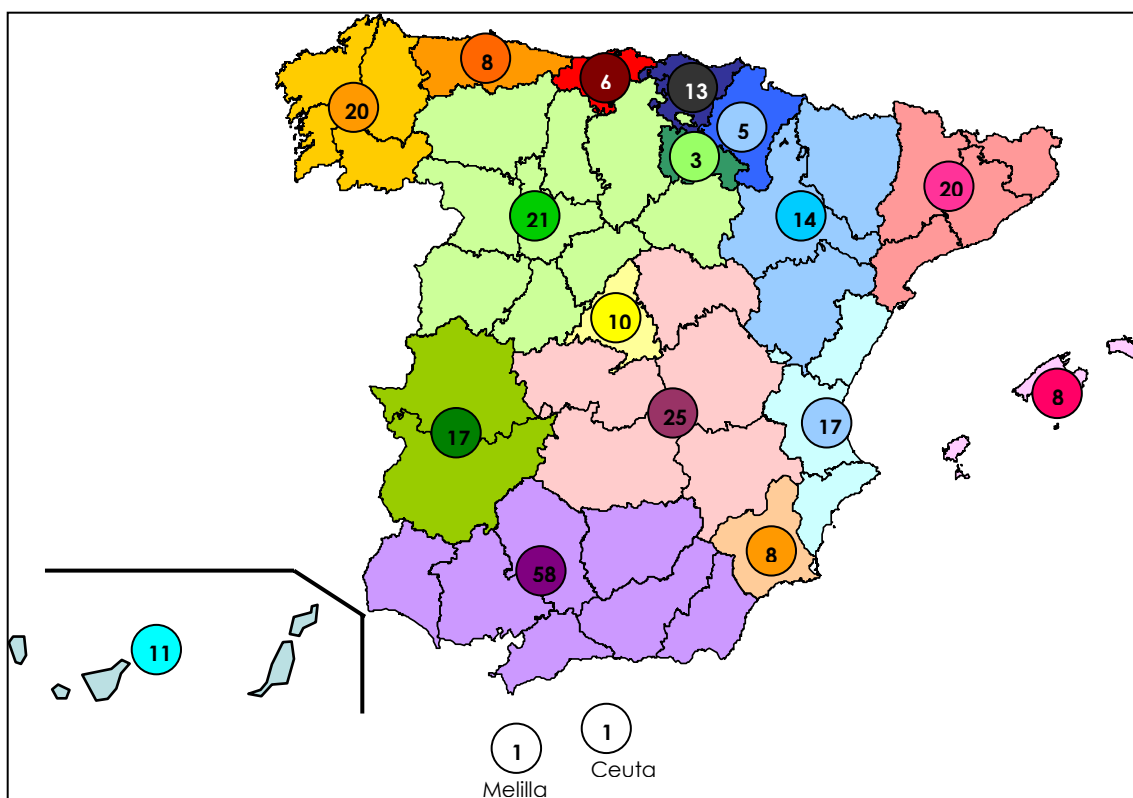


Ilustración 20: Mapa de coberturas diseñado por el PTNTDTL (RD 439/2004, de 12 de marzo).
Fuente: Elaboración propia sobre los datos de PTNTDTL.

En su artículo 8 se divide el territorio nacional en 265 demarcaciones territoriales para cada una de las cuales reserva un canal múltiplex excepto para la demarcación de Madrid capital, donde ya asigna dos canales completos.

La Agencia Estatal de Radiocomunicaciones será la encargada, según el artículo 10, de la inspección técnica de las instalaciones de la emisora que, necesariamente, deberá realizarse tres meses antes del inicio de las emisiones. No obstante, se contempla la posibilidad de la emisión en pruebas, previa autorización.

Ya en las disposiciones adicionales se aprueban las medidas para la gestión del canal múltiplex. En primer lugar, se establece la titularidad compartida del canal por parte de todos los concesionarios, que deberán ponerse de acuerdo para la gestión conjunta del mismo. En caso de conflicto, y ante la falta de una autoridad audiovisual independiente, el Plan designa a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones la labor de arbitrio. Por otra parte, en la Disposición Transitoria Sexta se determina la gestión del programa asignado a las corporaciones locales presentes en una demarcación. Éstas aprobarán las decisiones en un pleno en el cual estarán representadas atendiendo a criterios de población.

El Plan fue rechazado frontalmente por todos los actores implicados en el proceso. El número de demarcaciones se consideraba escaso al dejar sin servicio a un gran número de localidades y los canales asignados, insuficientes, pues no aseguraba la permanencia en digital de todas las emisoras analógicas que venían emitiendo desde los años ochenta en nuestro país.

Consciente de esta situación y del estado general de la Televisión Digital Terrestre en nuestro país, cuando el Partido Socialista llega al poder pone en marcha una serie de medidas para proporcionar un impulso a la Televisión Digital Terrestre. Entre ellas, aprueba la modificación del Plan Técnico para la TDT local. Este nuevo PTNDTL, aprobado por el Real Decreto 2268/2004, de 3 de diciembre, realiza una serie de ajustes en el diseño de las demarcaciones, habilitando nuevas zonas de servicio y canales múltiplex adicionales para las

mismas. De este modo, se crean diez nuevas demarcaciones y se asignan catorce canales adicionales.

	RD. 439/2004		RD 2268/2004		Censo 2002	
	Demarc	Mux	Demarc	Mux	TVL	TVL Hertz
Andalucía	58	58	60	62	283	122
Aragón	14	14	16	16	22	13
Asturias	8	8	8	8	13	11
Baleares	7	7	7	7	25	20
Canarias	11	11	11	11	47	34
Cantabria	6	6	6	6	10	9
Cast.y León	21	21	21	21	55	34
Cast. La Mancha	25	25	26	26	41	22
Cataluña	20	20	21	24	115	69
Ceuta	1	1	1	1	3	1
C. Valenciana	17	17	18	18	122	71
Extremadura	17	17	17	17	20	15
Galicia	20	20	21	21	35	29
Madrid	10	11	10	11	36	23
Melilla	1	1	1	1	1	1
Murcia	8	8	8	8	30	13
Navarra	5	5	5	5	6	2
País Vasco	13	13	15	15	27	21
La Rioja	3	3	3	3	6	5
Total	265	266	275	281	897	515

Tabla 21: Distribución de demarcaciones y canales múltiplex por Comunidad Autónoma.

Fuente: Corominas (2005)³⁵

Además, el nuevo PTNTDTL supone “el reinicio del cómputo de los plazos para las actuaciones que deben ejecutar las Comunidades Autónomas”, tanto para las que se vean afectadas por este nuevo Plan, como para las que no hubieran concluido el proceso en el momento de publicación del nuevo PTNTDTL. Todas ellas tendrán hasta el 31 de diciembre para haber convocado y resuelto los concursos de adjudicación de las licencias locales.

En el caso de aquellas demarcaciones pendientes de recibir frecuencias, el cómputo del plazo comenzará a contar desde el momento en que éstas sean asignadas y, por tanto, comunicadas a la Comunidad Autónoma.

³⁵ Las ciudades de Barcelona, Cornellá de Llobregat, Madrid, Málaga, Sabadell y Sevilla disponen de dos canales múltiplex.

Por otra parte, extiende el plazo en dos años para que concesionarios digitales puedan simultanear sus emisiones con tecnología analógica y digital bajo determinadas condiciones. En cuanto al cese de estas emisiones, el apagón analógico, "se amplía en dos años, a contar desde el 1 de enero de 2006, el plazo al que se refiere el apartado 5 de la disposición transitoria segunda de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre. No obstante, en el caso de incompatibilidad radioeléctrica entre estaciones de televisión local, tendrán prioridad las emisiones con tecnología digital".³⁶

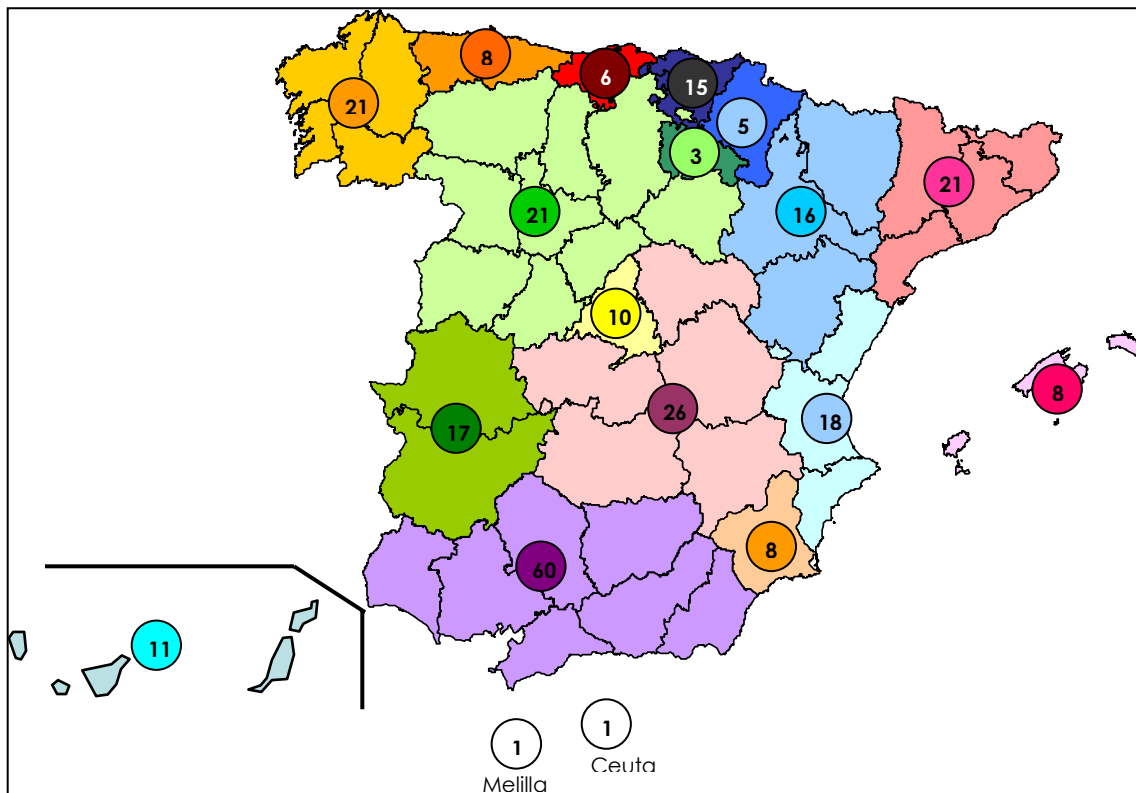


Ilustración 22: Mapa de coberturas diseñado por el PTNTDTL (RD 2268/2004, de 3 de diciembre).
Fuente: Elaboración propia sobre los datos del Plan.

Finalmente, reunido en Consejo de Ministros, el Gobierno aprueba el 30 de diciembre de 2004 el Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrenal, de Liberalización de la Televisión por Cable y Fomento del Pluralismo, que se

³⁶ Real Decreto 2268/2004, de 3 de diciembre, por el que se modifica el RD 439/2004, de 12 de marzo, que aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local. Boletín Oficial del Estado nº 292 de 4 de diciembre de 2004, p. 40321.

concretará en la aprobación de la Ley 10/2005, de Impulso de la Televisión Digital Terrestre. Mediante un conjunto de medidas, se trata de “atajar la actual indefinición y estancamiento de la Televisión Digital Terrestre que perjudica directamente” tanto a la industria en general como a los ciudadanos “porque la actual situación les niega el acceso a una oferta más plural, más amplia y de mayor calidad”.

Para el Gobierno la TDT es un sector clave en el futuro económico y social que “está teniendo una serie de impedimentos para su desarrollo” y que es necesario superar. Estos obstáculos para la implantación plena de la tecnología digital son los siguientes:

- Estancamiento en el despliegue de la TDT en los hogares españoles frente a países como Reino Unido, Italia o Finlandia.
- Escasa penetración de los servicios de radio y televisión por cable.
- Restricción en la oferta privada de televisión nacional en abierto, que impide que los ciudadanos españoles disfruten de una mayor oferta de contenidos como sus vecinos europeos.
- Falta de un calendario para la transición definitiva a la TDT en un mercado marcado por la crisis provocada por la quiebra de Quiero TV, el retraimiento de Net TV y Veo TV y un insuficiente parque de receptores digitales y, por tanto, de audiencia potencial.

El Plan de Impulso contempla los siguientes ejes de actuación:

1. Anteproyecto de ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrenal, de Liberalización de la Televisión por Cable y Fomento del Pluralismo que se concretaría en la Ley 10/2005, de 14 de junio.
2. Modificación del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital antes del verano de 2005.
3. Asignación de los catorce programas digitales de cobertura nacional que quedaron libres tras la desaparición de Quiero TV.

4. Coordinación en el lanzamiento de las televisiones digitales de ámbito nacional, autonómico y local, quedando fijado el siguiente calendario:
 - Nacionales: otoño de 2005 para los nuevos programas.
 - Autonómicas: a partir de enero de 2005.
 - Locales: desde agosto de 2005 hasta 1 de enero de 2008.
5. Adelanto del apagado de las emisiones analógicas de televisión al 3 de abril de 2010 en lugar del 1 de enero de 2012 fijado. Esta fecha límite se fija, en el caso de las televisiones locales, para el 1 de enero de 2008.
6. Acuerdo con el sector audiovisual para el impulso de la TDT en nuestro país.
7. Plan de antenización digital sobre las antenas colectivas.
8. Apoyo y fomento del equipamiento de receptores de TDT en los hogares.
9. Plan de Comunicación sobre la transición a la TDT que implicaría al Gobierno y a los operadores de televisión.
10. Establecimiento de los requerimientos mínimos para la oferta de TDT: contenidos, servicios, interactividad, etc.

Este Plan constituye el inicio de una serie de acciones de reforma tanto en el sector de la Televisión Digital Terrestre como en otros aspectos del audiovisual español (Alcolea, 2005:23). Una de las primeras medidas adoptadas tras la aprobación de este Plan es la creación en febrero de 2005 de la Comisión para el seguimiento de la transición a la Televisión Digital Terrestre.

Antes del verano, concretamente el 14 de junio, se aprueba en el Parlamento la Ley 10/2005, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrenal, de Liberalización de la Televisión por Cable y

Fomento del Pluralismo, que introducirá modificaciones en distintas leyes del sector televisivo:

- En primer lugar, en su artículo 1 modifica la Ley 31/1987, de Ordenación de las Telecomunicaciones en lo referente a los límites en la propiedad de empresas de radiodifusión sonora.
- Por otro lado, afecta a la Ley de Televisión Privada (Ley 10/1988) en cuanto a que los límites en la propiedad de empresas de televisión, analógicas o privadas, no se aplicarán hasta la llegada del apagón analógico.
- Elimina la restricción en el número de operadores de televisión por cable y radiodifusión sonora, establecido en la Ley General de Telecomunicaciones (Ley 32/2003), lo que permite otorgar nuevas licencias en estas áreas de actividad.
- Por último, se modifica la Ley de Televisión sin Fronteras, la ley 22/1999, que incorporaba la Directiva 89/552/CE.

En cuanto a la televisión local, el artículo 3 modifica la Ley 41/1995 en varios aspectos:

- o Establece la posibilidad de asignar un segundo programa del canal múltiple para la gestión directa de los ayuntamientos. Las Comunidades Autónomas tienen un plazo de ocho meses para tomar "la decisión de fijar el número de TDT públicas que estimen oportuno en cada demarcación, garantizándose al menos una".
- o Aquéllos que, no hubieran solicitado un programa para su gestión, podrán sumarse en dicho momento a la petición.
- o Se amplía el plazo de las concesiones de cinco a diez años prorrogables, equiparando dicho período al del resto de televisiones de cobertura nacional y autonómica.
- o Se reduce el plazo de ocho a seis meses para que las cadenas que no obtuvieran concesión cesen sus emisores.
- o Las Comunidades Autónomas tienen hasta el 31 de diciembre de 2005 para convocar los correspondientes concursos.

- o Se autoriza a los adjudicatarios la posibilidad de emitir simultáneamente con tecnología analógica y digital hasta el apagón analógico.

Al mismo tiempo, en sus disposiciones adicionales la ley contempla:

- Posibilidad de un segundo canal múltiplex de ámbito autonómico tras el cese de las emisiones analógicas.
- Garantía de accesibilidad de la TDT a las personas discapacitadas.
- Fomento del plurilingüismo.
- Desconexiones provinciales e insulares para las televisiones autonómicas.
- Nuevas demarcaciones en el Plan Técnico Nacional TDT Local.

Por último, la disposición transitoria única aprueba un Estatuto público de las televisiones locales.

La acción normativa del Gobierno se vuelve prolija y el 29 de julio se aprueba un grupo de medidas que contribuyen a la reorganización del sector audiovisual de nuestro país:

- Real Decreto 944/2005, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Dibuja dos escenarios en la Televisión Digital Terrestre: el de la transición y el que se producirá tras el apagado analógico.
- Real Decreto 945/2005, por el que se aprueba el Reglamento General de prestación del servicio de Televisión Digital Terrestre y que establece las condiciones básicas para los operadores.
- Real Decreto 946/2005, por el que se aprueba la incorporación de un nuevo canal analógico de televisión en el Plan Técnico Nacional de Televisión Privada, que será sacado concurso y que acabará con el inicio de las emisiones de La Sexta en marzo de 2006.

El Plan Técnico aprobado por el RD 944/2005 pretende establecer “un marco común y homogéneo al sistema televisivo, para fomentar el pluralismo, utilizando los canales disponibles, impulsar las nuevas tecnologías de la televisión y ordenar las demandas del mercado audiovisual, así como adelantar el apagón analógico” (Alcolea, 2005:30). Y es precisamente este Plan el que marca el escenario de transición a la televisión digital terrestre con objeto –con él mismo establece- de llevar a cabo “la asignación de mayor capacidad de transmisión en la prestación de servicios de TDT para que, se difunda una programación novedosa, innovadora y diferenciada. Con ello se dará un impulso decisivo al desarrollo e implantación de la televisión digital terrestre en nuestro país” (BOE 181/2005:27006). Tras el cese de las emisiones analógicas se prevé la asignación de capacidad adicional para la prestación de nuevos servicios de TDT.

Una de las principales medidas del nuevo PTNTDT, que deroga totalmente el plan anterior (RD2169/1998, de 9 de octubre), es el adelanto de apagado de las emisiones analógicas de televisión. Según su Disposición adicional primera, “las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica de cobertura estatal o autonómica cesarán antes del 3 de abril de 2010”. Se mantiene así el 1 de enero de 2008 como la fecha para el apagado de las emisiones analógicas en el ámbito local.

El Plan establece un calendario de transición para el cese definitivo de las emisiones analógicas de televisión y será posteriormente completado mediante un Plan Nacional de Transición a la TDT, aprobado en Consejo de Ministros el 7 de septiembre de 2007. Este plan tiene como fin “elaborar un marco básico de actuación para el cese ordenado y coordinado de las emisiones de televisión con tecnología analógica que garantice el tránsito pleno antes del 3 de abril de 2010” (Teleinforme, 2007:42). Se establece así un plan con 73 áreas técnicas que engloban 90 Proyectos de Transición (PT) que abarcan la totalidad del territorio nacional y establece el apagado progresivo en tres fases:

1. Treinta y dos proyectos técnicos antes del 30 de junio de 2009.
2. Veinticinco PT antes del 31 de diciembre de 2009.
3. Treinta y tres PT antes del 3 de abril de 2010

En cualquier caso, las condiciones para acordar el cese en cada Proyecto Técnico: igualar la cobertura analógica actualmente existente y asegurar un grado de penetración adecuado (Quintela, 2008).³⁷

- 88% antes del 31 de julio de 2008
- 90% antes del 31 de diciembre de 2008
- 93% antes del 31 de julio de 2009
- 96% radiodifusores privados antes del 3 de abril de 2010
- 98% radiodifusores públicos antes del 3 de abril de 2010

Para ello, se dota a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de los recursos económicos y humanos para tratar de minimizar, en la medida de lo posible, los problemas ocasionados por la transición tecnológica.

Tras el cese de las emisiones, cada una de los canales privados de televisión de cobertura nacional recibirá un canal múltiplex completo de cobertura estatal sin desconexiones, mientras que el Ente Público Radiotelevisión Española, ahora Corporación RTVE, contará con dos canales múltiplex completos -uno de ellos con desconexiones territoriales de ámbito autonómico- para la gestión directa del servicio de televisión.

Las Comunidades Autónomas podrán contar con dos canales múltiplex de cobertura autonómica; uno con desconexiones territoriales de ámbito provincial, siempre que haya disponibilidad del espectro radioeléctrico. Será competencia de cada Comunidad decidir cuántos programas se dedican a

³⁷ Declaraciones extraídas de la conferencia "Plan de Transición a la TDT en España: Proyecto piloto de Soria" en el IV Foro UCAM Internacional de Televisión Digital Terrestre que tuvo lugar en la Universidad Católica de Murcia los días 19 y 20 de mayo de 2008.

la gestión directa a través de una entidad pública y cuántos serán explotados por empresas privadas.

En cuanto al ámbito local, el Plan no contempla la posibilidad de adjudicar nuevos canales múltiplex tras el apagado analógico de 2010 pero en su Disposición final primera modifica una vez más el Plan Técnico de TDT Local. En esta ocasión, se introducen nuevos canales múltiplex para las demarcaciones de las Islas Baleares y Canarias.

En la actualidad, a fecha de cierre de esta investigación, el cese de las emisiones analógicas de televisión local no se ha producido. Son numerosas las comunidades que no han completado el proceso de adjudicación, algunos de los concursos ya resueltos –como el de la Comunidad de Madrid– se encuentran recurridos y los emisores analógicos sin licencia digital continúan emitiendo sin que la Administración tome medida alguna para solventar esta situación. Pese a que la SETSI considera ya liberadas las frecuencias analógicas de aquellas comunidades que adjudicaron las licencias digitales, lo cierto es que el apagón analógico en el ámbito local no parece que se producirá antes de abril de 2010, fecha hasta la cual se espera que los licenciatarios digitales simultaneen sus emisiones en analógico y digital.

2.2.3. Políticas de implantación de la TDT en al ámbito local

La Televisión Digital Terrestre, como ya se ha comentado al principio de este capítulo, es mucho más que un cambio de tecnología y ello es especialmente significativo para el sector de la televisión local de nuestro país. Tras más de veinte años en la ilegalidad, la TDT ofrece a la televisión local la posibilidad de recomenzar, de afrontar el mercado en un marco de normalidad regulatoria y posibilidades de negocio (Teleinforme, 2007).

Lo que es evidente es que la TDT transforma profundamente la fisonomía de este mercado de televisión (Corominas, 2007), ya que los concursos, más allá ofrecer una continuidad legal a las emisoras que venían operando en el sector, son aprovechados en muchas ocasiones por las diferentes administraciones para operar una transformación en el tejido empresarial de la región o comunidad. Asistimos, de este modo, a la desaparición de los operadores históricos, con más de veinte años de experiencia en el sector, en favor de proyectos respaldados por empresarios sin experiencia en el mercado de la televisión o por grupos mediáticos que buscan crear economías de escala en un intento de reforzar su posición en el mercado nacional y maximizar sus beneficios.

A lo largo de este apartado analizaremos las políticas de implantación de la TDT que han conducido a la adjudicación de las licencias digitales de televisión local y que han transformado radicalmente la manera de entender el sector.

En primer lugar, hay que destacar que la TDT supone un cambio radical en la concepción del modelo de televisión local. Frente a experiencias de televisión de 'proximidad' vinculadas a los ciudadanos y a lo que sucede en su entorno más cercano, la entrada de nuevos proyectos desvirtúa el concepto de lo 'local'. Por un lado, porque la misma organización del sector, diseñada por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, establece la cobertura

de las emisiones locales más allá del ámbito de la localidad para dar servicio a un conjunto de municipios: la demarcación. Por lo que las nuevas TDT locales deberán necesariamente prestar atención a las demandas de todas las localidades inmersas en la zona de servicio. Para Carlos Calvo, presidente de ACUTEL (Asociación de televisiones locales de Andalucía), "es el adiós a la televisión local que dará paso a la comarcal, con sesgo no disimulado generalista" (Teleinforme, 2008: 34).

Por otra parte, la política de adjudicación de las licencias también tiene consecuencias irreversibles en el modelo de televisión resultante. La entrada de nuevos actores, en la que los grupos de comunicación tienen un gran peso, implica un cambio radical en el modo de entender este tipo de televisiones. La televisión local se convierte así en un nuevo mercado, una nueva ventana de explotación para este tipo de grupos mediáticos que ven la posibilidad de lograr nuevos rendimientos económicos a contenidos ya emitidos en otros ámbitos de cobertura. Así mismo, los grupos ven en este mercado la posibilidad de alcanzar a nuevos anunciantes que no disponían de los medios para entrar en el mercado de la publicidad autonómica o nacional y, del mismo modo, de ofrecer a aquéllos que sí disponen de recursos económicos la oportunidad de reforzar sus campañas en ámbitos locales y regionales.

Al mismo tiempo, el diseño del PTNTDTL supone en la práctica una reorganización de los operadores del sector. Dejando a un lado los criterios de adjudicación de licencias –que serán tratados más adelante en este punto–, se produce un cambio en el número de operadores de televisión, así como en su naturaleza (pública-privada). La TDT conlleva la necesaria transformación de las emisoras analógicas en licencias digitales y, en este punto, algunas comunidades autónomas están encontrando múltiples dificultades. Problemas que vienen determinados por el menor número de programas digitales que se les ha concedido en comparación con el número de emisoras analógicas pre-existentes al PTNTDTL. En este sentido, comunidades con una larga tradición en televisión local como son, por ejemplo, Andalucía, Cataluña o la Comunidad

Valenciana, disponen de un menor número de licencias digitales, lo que necesariamente supondrá el cierre forzoso -o el cambio en el soporte de transmisión- de todas aquellas emisoras que no consigan la ansiada concesión.

Del mismo modo, y como se muestra en el siguiente gráfico, algunas comunidades como Aragón, Galicia, Castilla León y Castilla La Mancha, disfrutaban en digital de mayor número de programas digitales que iniciativas analógicas estaban presentes en el mercado local. Por ello, en este caso, el PTNTDTL supone un incentivo para la dinamización del mercado audiovisual de dichas comarcas o regiones.

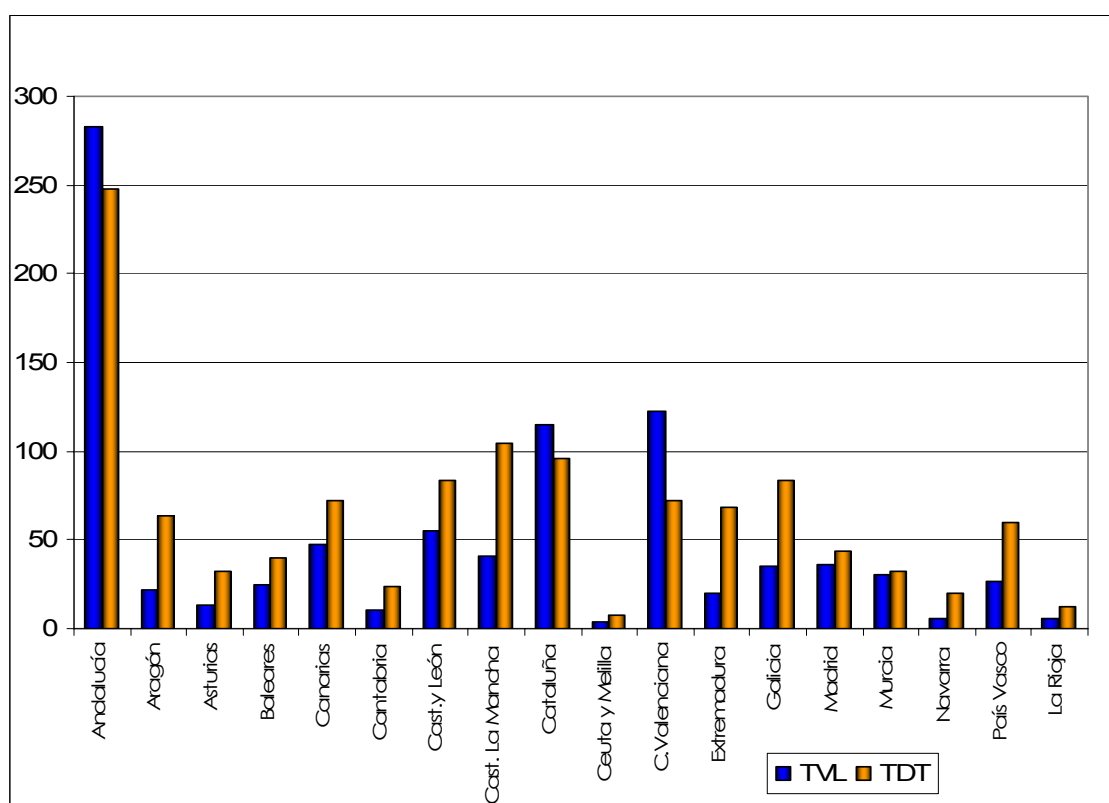


Gráfico 23: Comparativa TVL existentes y programas de TDT atribuidos por Comunidad.
Fuente: Prado (2004: 28)

Otro elemento a tener en cuenta es la proporción en las emisoras de naturaleza pública-privada. Frente a la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres que priorizaba la iniciativa pública de televisión local, el PTNTDTL concede un mayor peso a la gestión privada de esta modalidad de televisión. Según el diseño aprobado –salvo excepciones –, un único programa de los cuatro que componen una canal múltiplex está reservado para la gestión directa de la televisión por parte de los ayuntamientos presentes en una demarcación, y que así lo soliciten. De este modo, se obliga a que, en muchas ocasiones, una docena de corporaciones locales –de signos políticos contrarios- lleguen a un acuerdo para la gestión conjunta de la licencia de televisión. Situación que se ve agravada en aquellos casos en los que existieran previamente televisiones municipales. En estos casos, dichas televisiones deberán desaparecer en favor de una única iniciativa para toda la demarcación.

En Andalucía y Cataluña, comunidades donde el modelo municipal está profundamente arraigado y que se encuentran con el problema de la viabilidad de estas emisoras, los Gobiernos autonómicos decidieron acogerse a la posibilidad contemplada por la Ley 10/2005, de Impulso de la TDT, y cambiar la proporción de programas dedicados a la iniciativa pública y privada. De este modo, nos encontramos con demarcaciones territoriales con mayor proporción de emisores públicas, con ratios de (2:2) e incluso (1:3) para poder dar una salida a los canales públicos ya existentes.

2.2.3.1. Modelo de negocio

Establecido el contexto en el que deben operar las nuevas emisoras de TDT locales, es importante detenerse un momento en el necesario cambio del modelo de negocio para la televisión local y en el que la TDT ofrece a los operadores nuevas posibilidades no existentes en el mercado analógico. Cambio que se hace preciso si tenemos en cuenta la proliferación de canales en un nuevo escenario digital. Una vez que se haya completado el proceso de transición digital, estos nuevos programas de TDT local deberán competir no

sólo en su demarcación sino con los canales emergentes de coberturas más amplias: autonómicas y nacionales. A partir del apagado analógico un espectador podrá recibir en su hogar hasta una media de cuarenta canales de televisión en función del lugar donde se resida. ¿Podrán en este entorno sobrevivir las casi novecientas TDT locales de titularidad privada? Entendemos que las iniciativas públicas se mantendrán a través de las subvenciones de los ayuntamientos, aunque también es posible que acuerden una participación 'limitada' en el mercado publicitario. En este caso, las iniciativas privadas de TDT local contarán con un nuevo competidor: las emisoras municipales.

Cabe plantearse, por tanto, si el mercado publicitario local será lo suficiente grande como para mantener, al menos, a los tres canales privados de televisión presentes en cada demarcación. Parece evidente que no será posible, de ahí que deban buscarse nuevas fuentes de financiación que complementen las inversiones publicitarias de los anunciantes locales. Los servicios adicionales introducidos por la TDT ofrecen una oportunidad de negocio para los operadores de televisión y, en este punto, las TDT locales deben aprovechar la proximidad, la cercanía con el ciudadano y su entorno, para ofrecer servicios diferenciados por los que se esté dispuesto a pagar.

En este sentido, es interesante la afirmación de Eusebio Carasusan, jefe de cuentas y proyectos de Activa Multimedia, para el cual una televisión local "debe ser interactiva, móvil, personalizada, con información de calidad y fácil acceso".³⁸ Sólo en la medida en que las televisiones locales sean capaces de generar nuevas fuentes de financiación, complementarias a la inversión publicitaria, se asegurará su viabilidad y supervivencia en un mercado tan competitivo.

Estos nuevos modelos de negocio podrán provenir, para Tomás Cid, director general de SDI Digital Media Solutions, a través de distintas fuentes: programación de pago-, publicidad segmentada, t-marketing, t-comercio o televisión interactiva (líneas 805 o servicios sms). Según Cid, "el volumen

³⁸ Declaraciones efectuadas en el marco del congreso Alcázar Digital TDT realizado en Alcázar de San Juan durante el 20 y 21 de noviembre de 2007.

económico de los nuevos modelos de negocio supera a la actual publicidad generalista en televisión", que ascendieron a unos 3.500 millones de euros en 2007.³⁹

El pasado mes de agosto el Gobierno del partido socialista aprobó mediante el procedimiento de urgencia la posibilidad de que los operadores de TDT presten el servicio de televisión con acceso condicional. Esta premura está justificada en el "para fomentar un proceso de antenización más rápido que permita la ejecución de los proyectos de cese de las emisiones analógicas con mayor celeridad en aras a garantizar la culminación del tránsito a la TDT en Abril de 2010 o incluso antes. Cualquier medida que incremente el grado de satisfacción del ciudadano por el paso a esta nueva tecnología, contribuye de forma notable al proceso de antenización".⁴⁰

Ante estas nuevas posibilidades, la televisión local debe asumir un nuevo rol en el mercado de televisión. Debe ser una televisión de proximidad, alternativa e innovadora, y de servicio; deberá contemplar la explotación de sus emisiones en nuevas ventanas (Internet o el teléfono móvil) y formar asociaciones para el intercambio de productos. Para ello, están apareciendo los Centros de Servicio Compartidos (CSC), puestos en marcha por la empresa Maat Knowledge, que suponen para las televisiones locales una racionalización de los recursos propios, así como la posibilidad de disfrutar de contenidos y/o servicios no accesibles a pequeñas emisoras. Las CSC ofrecen además a sus asociados asesoría jurídica y mercantil, soporte técnico, formación y desarrollo de aplicaciones MHP.⁴¹

³⁹ Declaraciones efectuadas en el IV Foro UCAM Internacional de Televisión Digital Terrestre que tuvo lugar en la Universidad Católica de Murcia los días 19 y 20 de mayo de 2008.

⁴⁰ Real Decreto-ley 11/2009, de 13 de agosto, por el que se regula, para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional. Boletín Oficial del Estado nº 197 de 15 de agosto de 2009, pp. 70202- 70205.

⁴¹ Consultar <http://www.maat-g.com>

2.2.3.2. Problemas en la transición digital

Pero este proceso de transición a lo digital no está siendo nada sencillo, entre otros factores, por el incumplimiento reiterado de los plazos establecidos por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local. A la lentitud en la convocatoria y resolución de los concursos de adjudicación de las licencias de gestión privada, se une el retraso en el inicio de las emisiones digitales de los nuevos licenciatarios y su pugna con los que no resultaron adjudicatarios, para que cesen sus emisiones analógicas de televisión. Mientras comunidades como Madrid, Navarra o Islas Baleares resolvieron el concurso de adjudicación durante el 2005, otras como Castilla León todavía –cuando tenía que haberse producido el apagado analógico en el sector- no han resuelto los procesos concursales.

Por otra parte, la adjudicación de las nuevas licencias digitales, lejos de traer la necesaria estabilidad al sector, ha abierto en muchos casos grandes conflictos que han acabado en los tribunales ordinarios de justicia. A los recursos interpuestos en varias comunidades como Madrid –que será analizado en el capítulo 3-, Islas Baleares o Melilla, debemos añadir la pugna abierta entre los licenciatarios digitales y aquellas emisoras de televisión que no obtuvieron licencia pero que venían operando en el sector mediante tecnología analógica. Estos últimos, finalizado el plazo de transición marcado en las bases de cada concurso, están amparados en muchos casos por la aceptación a trámite de los recursos contencioso-administrativos, que les permiten continuar sus emisiones hasta que se resuelvan dichos procesos, lo que podría durar entre dos o tres años -como es el caso de nuestra Comunidad.

Al mismo tiempo, los nuevos licenciatarios comienzan lentamente sus emisiones con tecnología digital en los términos que se establece en su contrato. Éstos, amparándose en los altos costes de explotación de la nueva tecnología, reclaman a la Administración el cese de las emisiones de estos operadores –ya ilegales- en un intento de normalizar la actividad del sector y regularizar sus fuentes de financiación.

En cuanto al estado de los operadores de TDT públicos, la situación no es mucho más alentadora. Más allá de aquellas emisoras que venían emitiendo en analógico, el proceso de creación de los consorcios de gestión de las televisiones públicas está siendo muy lento. Además de la financiación necesaria para poner en marcha un proceso de tales dimensiones, nos encontramos, como hemos señalado anteriormente, con las dificultades que suponen que administraciones locales de distinto signo político lleguen a un acuerdo para la puesta en marcha de una televisión pública en la demarcación correspondiente.

A todo lo anterior debemos añadir problemas que son comunes a las televisiones con ámbitos de cobertura más amplios en este proceso de digitalización: escasas audiencias, falta de contenidos atractivos, problemas de cobertura y antenización, etc., y que se unen a la falta de medidas de promoción de la TDT local por parte de las diferentes administraciones. Es especialmente significativo en este mercado el problema que se plantea en la antenización y recepción de las señales de televisión local, que impide en muchos casos que estas señales –ya digitales– no sean recibidas en los hogares. Esto se debe a una incorrecta política de adaptación de las antenas colectivas de televisión puesto que, en un intento de ahorrar costes, los antenistas sólo instalan los amplificadores para las emisiones de las televisiones nacionales y autonómicas. Esta práctica, unido al desconocimiento de los espectadores, conlleva a que las emisiones digitales de televisión local sean recibidas en muy pocos hogares de nuestro país.

Ante esta situación, la televisión local no parece el ámbito más adecuado para actuar como locomotora en este proceso de transición. Televisiones consolidadas y económicamente fuertes, como las nacionales, son las que pueden liderar un proceso tan complejo. Algunas comunidades como Cataluña habían anunciado el adelanto de la fecha de apagado y, finalmente, tras el estudio de la situación han decidido dar marcha atrás. Si

bien es cierto, el pasado 1 de enero debía haberse producido el apagado de todas las emisiones de televisión local analógica sin que el plazo, establecido por el PTNTDTL, haya sido cumplido. La incertidumbre se cierne ahora en el sector ante la falta de información por parte de la Administración central sobre una nueva fecha. El silencio del Gobierno parece indicar que el sector local apagará sus emisiones analógicas junto con el mercado autonómico y nacional.

2.2.3.3. Políticas de implantación

Atendiendo a los contenidos, cabe destacar que la normativa española "establece las mismas condiciones para todos los operadores de TDT, ya sean de cobertura estatal, autonómica o local; ya sean privados o públicos" (Corominas, 2007:73). Todos los operadores que prestan servicios a través de TDT están obligados a emitir programas originales un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales, todos en las franjas comprendidas entre las 13:00 y 16:00, y entre las 20:00 y 23:00, es decir, en los horarios de máxima audiencia en televisión.

No obstante, cada Comunidad Autónoma ha establecido ciertas peculiaridades sobre la norma. Mientras que comunidades como Cataluña establecen que dichas horas se correspondan con programas originales de producción propia, otras como Navarra aumentó en ocho las horas de emisión obligatoria –cuatro originales-, o la Comunidad Valenciana y Madrid no marcaban en las bases concursales obligaciones con respecto a los contenidos locales (Idem: 73). Por otra parte, comunidades con diferenciación lingüística fijan medidas para la defensa y promoción de su lengua autóctona.

Especial importancia tienen en un nuevo entorno digital los servicios adicionales. Frente a ellos, la actitud de las diferentes Comunidades es distinta. Dado que la gestión del múltiplex es conjunta en todo momento, en muchos casos ello obliga a los licenciatarios, públicos y privados, que conviven en una

canal múltiple a ponerse de acuerdo del mismo modo en la prestación de servicios adicionales de televisión. Así por ejemplo, las Islas Baleares establecen la obligación para los licenciatarios de un múltiplex de crear una sociedad para la gestión de los servicios de datos (Fernández Alonso, 2006:9).

Al mismo tiempo, podemos encontrar comunidades como la misma Baleares, Aragón, la Comunidad Valenciana o Galicia, que observan la posibilidad de subcontratar a terceras personas la prestación de este tipo de servicios. Servicios que en la mayor parte de los casos se fijan de acceso abierto pero que en ocasiones, como es el caso de Aragón o de la Comunidad de Madrid –objeto de estudio de esta investigación- se puede establecer el acceso condicional, favoreciendo claramente la creación de una nuevo modelo de negocio que permita a las TDT locales obtener nuevas fuentes de financiación.

En este contexto, y más allá de las pocas experiencias piloto como SoriaTDT o Alcázar de San Juan que se han puesto en marcha en nuestro país, pocas son las medidas de impulso a la TDT Local que las diferentes administraciones han implementado para la incentivación del consumo de este tipo de televisiones. Fernández Alonso (2006:5) recoge tres iniciativas que se han venido desarrollando. La Xunta de Galicia convocó el 13 de septiembre de 2006 una línea de subvenciones que ascendían a 350.000€ para que “los concejos realicen estudios técnicos y para dotar de equipamientos para el establecimiento de infraestructuras de difusión”. El gobierno de Aragón viene realizando desde enero de 2006 una campaña de información dirigida a los ayuntamientos con el fin de proporcionar la información técnica básica y el funcionamiento de las TDT locales.

Entretanto, Cataluña estudió el adelanto del apagón analógico en la Comunidad, cese que debía concluir en 2009, y al cual, debido a los retrasos en las procesos concursales y en la aprobación de los proyectos técnicos, se ha decidido renunciar para proceder al apagado el 3 de abril de 2010, como marca el Plan Técnico de TDT del 2005. Por otro lado, la Generalitat ha

contemplado del mismo modo la convocatoria de una serie de ayudas a las iniciativas de TDT local.

2.2.3.3.1. Proyectos pilotos ante el apagado analógico

A dos años del cese definitivo de las emisiones digitales de cobertura nacional y autonómica, y finalizado el plazo para las señales locales sin que este se haya producido, varias han sido las iniciativas que se han puesto en marcha para comprobar distintos aspectos de la digitalización. Al piloto de A Fonsagrada (Galicia) hay que sumar los de Alcázar de San Juan (Ciudad Real) y SoriaTDT que se han convertido estas localidades en el primer campo de estudio sobre la Televisión Digital Terrestre.

El municipio de A Fonsagrada fue seleccionado como un plan piloto de transición a la tecnología digital por iniciativa de la Secretaría General de Comunicación de la Xunta de Galicia y se convierte de este modo en la primera experiencia piloto de apagado de emisiones de televisión analógica. Desde el 5 de abril se constituye como la primera población española que recibe únicamente emisiones de televisión. Para sus 4.800 habitantes supone un acontecimiento extraordinario ya que desde las primeras emisiones, en febrero de 1961, encontraban dificultades para la recepción de la señal. El proyecto, de un coste de más de 300.000 euros, fue financiado por las Administraciones Públicas, y contó con la colaboración de la firma tecnológica gallega Televés (El País, 07/4/2008).

Soria TDT

SoriaTDT, enmarcado en el Plan Avanza y el Proyecto de Actuación Específico para Soria, ha contado con una financiación de 3,25 millones de euros por parte del Ministerio de Industria (Producción Profesional, 2008:36). Desde el pasado 23 de julio a las 12 horas Soria capital y 161 localidades

colindantes –inicialmente sólo estaban previstos 68 municipios- reciben únicamente señales digitales de televisión. Este piloto, integrado en el Plan Nacional de Transición a la Televisión Digital Terrestre anteriormente citado confirma para muchos la buena marcha del proceso de transición y permite comprobar en un entorno controlado los problemas a los que debe enfrentarse la Administración de cara al cese de emisiones definitivo.

Aunque el apagado de A Fonsagrada fuera anterior, SoriaTDT supone un estudio más complejo dado el número de personas que se encuentran implicadas. Según datos del propio Ministerio, este cese de emisiones afectaba a 51.026 habitantes, 18.550 hogares y 3.090 edificios de más de una vivienda. Atendiendo a las últimas cifras oficiales presentadas sobre Soria en el mes de marzo de este año “el 84,6% de los hogares reciben los canales de TDT a través de las distintas plataformas (ondas terrestres, satélite, cable, etc.) y el 78,3% de los hogares disponen de descodificador de TDT” (Idem). El porcentaje de las viviendas unifamiliares adaptadas era prácticamente total (97%) mientras que los edificios comunitarios adaptados ascendían al 82%.

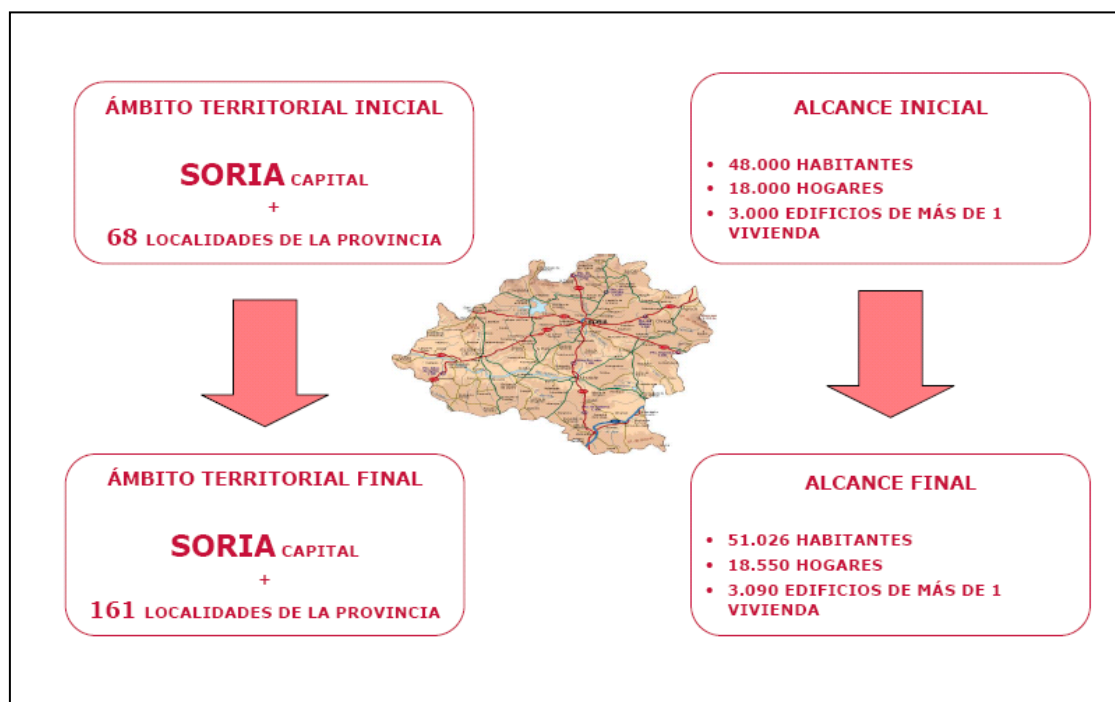


Ilustración 24: Proyecto Soria TDT.

Fuente: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información

La cobertura digital para el proyecto superaba en el momento del apagado a la analógica preexistente (96,8% frente al 95,24%) si bien se ha utilizado como apoyo el satélite para dar servicio a determinadas zonas de sombra donde los repetidores de señal o *gapfillers* no eran económicamente eficientes.

Entre las actuaciones implementadas por el Ministerio de Industria a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI) y Red.es cabe destacar, además de las actuaciones técnicas, dos tipos de medidas: las subvenciones y las campañas de información a los ciudadanos.

Un paquete de ayudas de poco más de siete mil millones de euros fue aprobado para incentivar el cambio tecnológico. Como muestra el siguiente gráfico, una parte de estas ayudas estaban destinadas para que los ciudadanos adquirieran un decodificador con MHP y canal de retorno, por un total de 75€, lo que finalmente supuso una subvención total de 6.252 millones de euros concedidos en dos fases distintas.

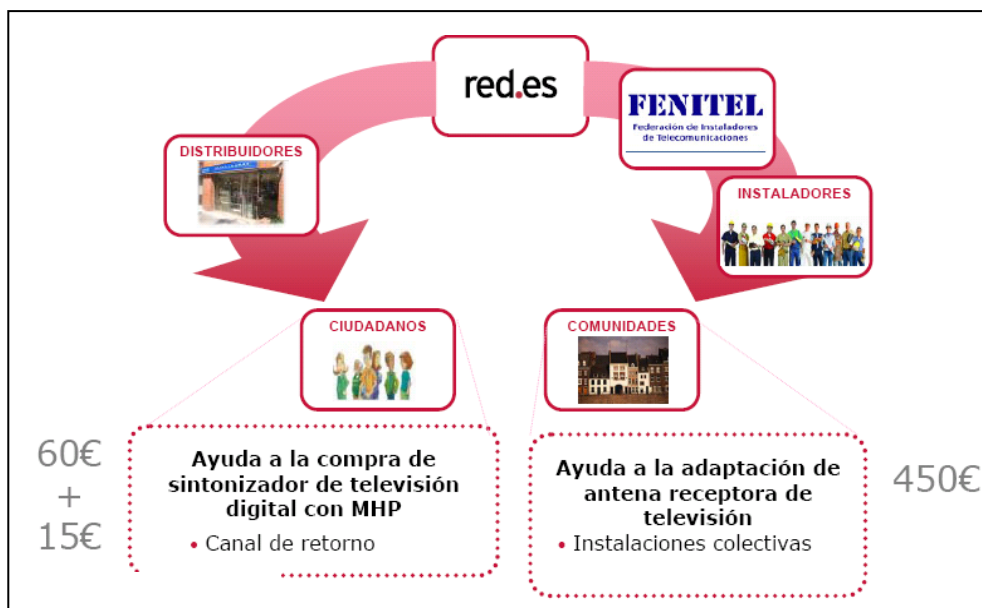


Gráfico 25: Programa de ayudas Soria TDT para la adaptación a la TDT.
Fuente: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información

Por otro lado, otro de los conceptos que fueron subvencionados fue la adaptación de las antenas colectivas, por las que las comunidades de vecinos podían recibir hasta un máximo de 450€. Los siguientes gráficos muestran las dos convocatorias en las que se repartieron las ayudas: febrero-agosto de 2007 y diciembre 2007-junio de 2008.

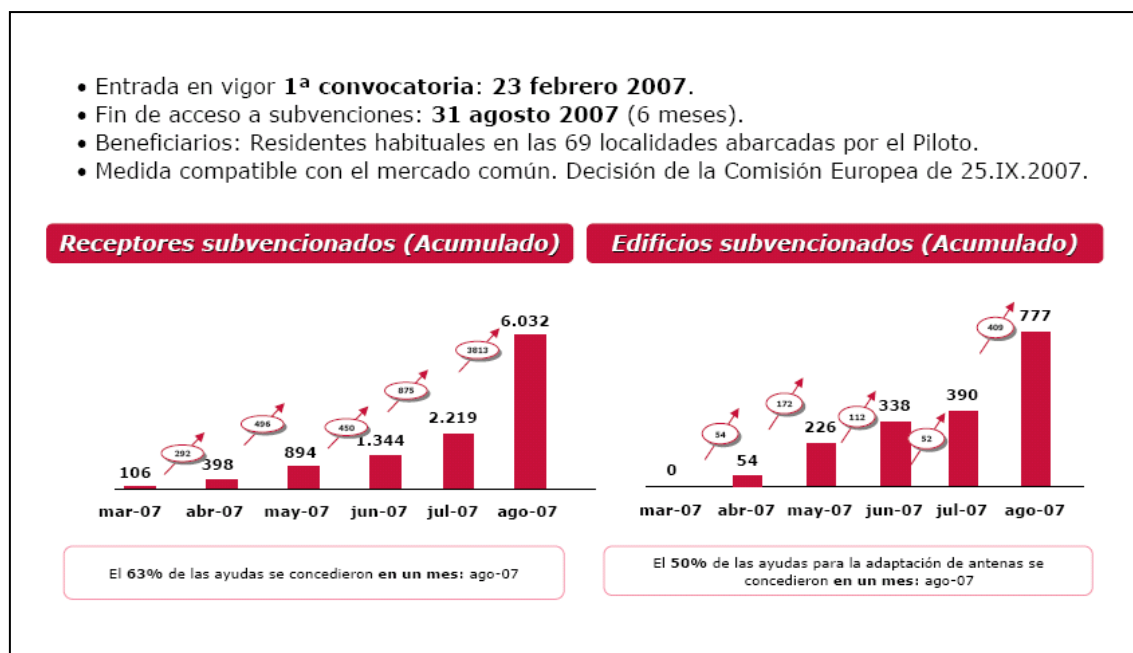


Gráfico 26: 1ª convocatoria del plan de subvenciones SoriaTDT..
Fuente: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información

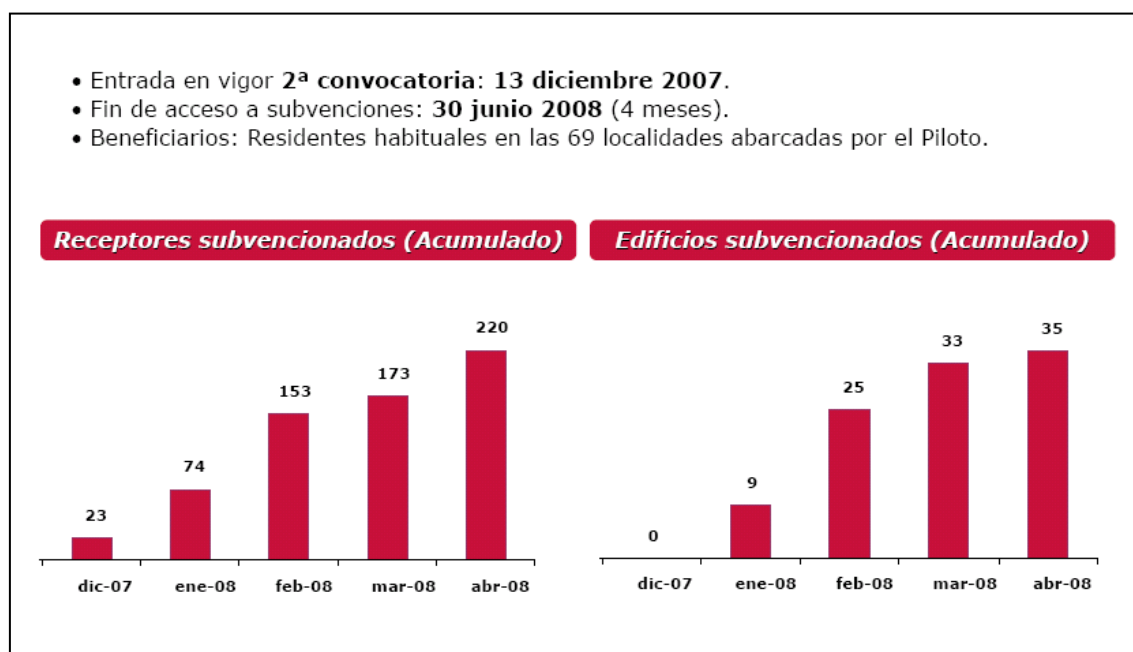


Gráfico 27: 2ª convocatoria del plan de subvenciones SoriaTDT.
Fuente: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información

La SETSI elaboró además un plan de comunicación cuyo objetivo era informar al ciudadano sobre el cambio tecnológico que se avecinaba, transmitir las ventajas de la TDT y comunicar la utilidad de los servicios interactivos. Para ello, las campañas de información utilizaban todos los medios de comunicación e Internet, y se realizaron jornadas informativas.



Ilustración 28: Plan de Comunicación Soria TDT.

Fuente: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones para la Sociedad de la Información

Dicha campaña de comunicación se vio intensificada en la recta final del proyecto con nuevas medidas, entre las que podemos destacar:

- apertura oficina informativa en Almazán.
- acciones en establecimientos adheridos: *roller* y folletos.
- plan de medios: prensa y radio local.

- acciones fin de emisión analógica en Soria y Almazán: tótem cuenta atrás en ambas ciudades.
- mantenimiento punto informativo Soria capital: pegada de carteles y reparto merchandising.
- mensaje sobre el cese en las emisiones de televisión.

A ello hay que sumar el impulso final al proceso de adaptación de antenas colectivas: pegada de carteles en 850 portales de Soria y 150 de Almazán, el envío de cartas desde los ayuntamientos de Soria y Almazán, jornadas informativas con instaladores y visitas a edificios como acción de contingencia final; y las medidas específicas para determinados colectivos como los mayores, discapacitados y dependientes.

Alcázar Digital TDT

Esta iniciativa, enmarcado en la ciudad de Alcázar de San Juan (Ciudad Real), parte de la existencia previa de una televisión municipal analógica, sin enfoque comercial, y con un equipamiento técnico totalmente obsoleto. El Ayuntamiento, consciente de esta situación y preocupado por los efectos de la brecha digital, decide transformar su anticuada televisión analógica en un proyecto piloto del Ministerio de Industria. Con presupuesto total de 5,670 millones de euros procedentes de la iniciativa Ciudades Digitales –plan orientado al desarrollo de la Sociedad de la Información-, la Junta de Castilla La Mancha y otras entidades públicas y privadas, se pone en marcha en 2005 esta experiencia que pretende incentivar el despliegue de la televisión digital en nuestro país (Teleinforme: 2004:42). En palabras del alcalde de la localidad –principal impulsor de esta iniciativa-, José Fernando Sánchez Bódalo, se trataba de “utilizar este medio de comunicación para dirigirse a sus ciudadanos [...] y el resultado de todo ello es que la televisión ha mejorado en calidad y eficiencia del trabajo, y nuestros vecinos reciben su nueva televisión y los servicios interactivos” (Teleinforme, 2007:46-47).

De este modo, se ha desarrollado un sistema interactivo universal a través del televisor con vocación de poner a disposición de todos los ciudadanos una gama amplia de servicios. Es, por tanto, una experiencia única, no ya por su tamaño como piloto, sino porque aúna la emisión de servicios y dotación a la población de descodificadores MHP para su recepción. Permite, de este modo, el análisis de resultados y usos de los servicios interactivos bajo un entorno real.

Mediante este piloto se trata de comprobar como la TDT es el vehículo más adecuado para la extensión de la Sociedad de la Información a todos los grupos de población, superando las barreras existentes en la actualidad. Todo ello en una comunidad que cuenta con una baja tasa de penetración de ordenadores personales domésticos conectados a Internet y, en cambio, con una alta cuota de presencia ante el televisor.

Para llevar a cabo esta experiencia, referente en servicios interactivos en nuestro país, se hizo necesario el reparto entre los hogares de la localidad de 4.428 decodificadores MHP, imprescindibles para el acceso a este tipo de aplicaciones.

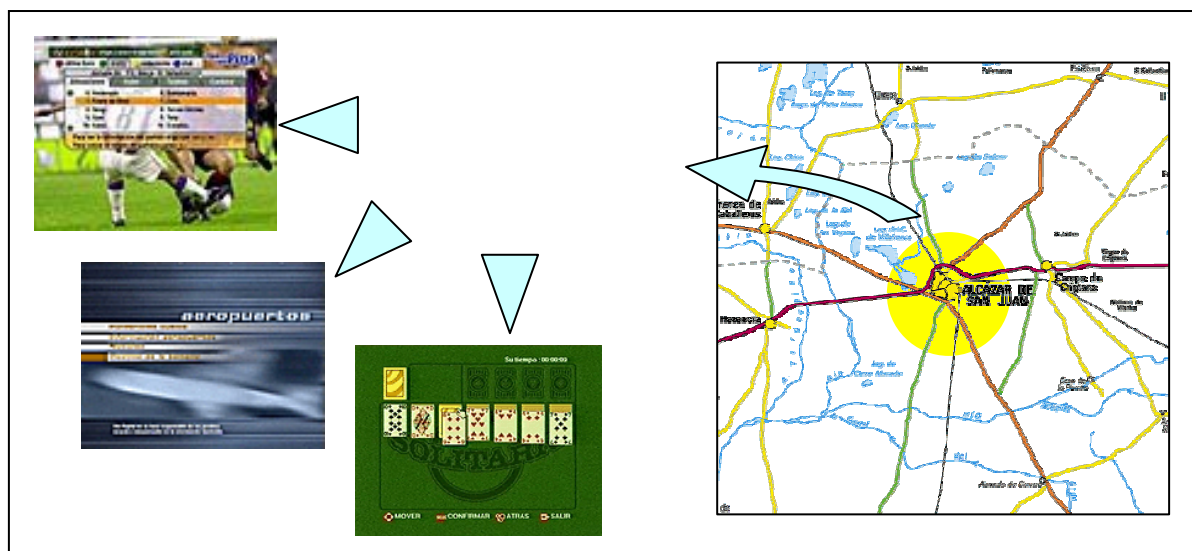


Ilustración 29: Proyecto Alcázar Digital TDT.
Fuente: Ayuntamiento Alcázar de San Juan

Además de las emisiones de la televisión municipal, ya digitales, Alcázar Digital TDT ofrece desde el 28 de junio de 2006 una serie de aplicaciones a sus ciudadanos. Servicios que van desde el pago de tributos municipales mediante TPV, el conocimiento de resultado electorales, pasando por la banca electrónica, información sobre transportes, juegos o citaciones con médicos de atención primaria. Las asignaturas pendientes, en estos momentos, son la implementación del canal de retorno en los hogares y la carga de aplicaciones utilizando este canal, lo que permitiría optimizar el ancho de banda.

Al mismo tiempo, el ayuntamiento Alcázar de San Juan ha creado un centro de excelencia, con la colaboración de la Junta de Castilla La Mancha para dar continuidad a este proyecto y ampliar sus objetivos y alcance. Entre los proyectos iniciales previstos podemos destacar:

- Plan de extensión de la Sociedad de la Información en Castilla La Mancha a través de la TDT interactiva.
- Centro de soporte para las TDT públicas locales
- Empresa de creación de aplicaciones interactivas
- Centro de formación en contenidos multimedia y televisión digital.
- Proyectos de investigación y desarrollo

Las conclusiones de este proyecto fueron presentadas durante el II Congreso de Interactividad y TDT llevado a cabo en Alcázar de San Juan durante los días 20 y 21 de noviembre de 2007. Entre las principales podemos destacar:

- La televisión local es, por su tamaño y cercanía, la televisión que puede ofrecer más contenidos de servicio público dado que es el medio de comunicación idóneo entre el ayuntamiento y los ciudadanos, y entre los vecinos.

- La televisión como servicio público se ve complementada con la posibilidad de interacción que ofrece la TDT interactiva. Facilita el acceso a todos los ciudadanos a los servicios de la Sociedad de la Información. La diversidad de demarcaciones territoriales facilita la multiplicidad y especialización de dichos servicios:
 - o Las demarcaciones nacionales ofrecerán servicios nacionales
 - o Las demarcaciones autonómicas, las de su ámbito
 - o Las demarcaciones locales, los servicios municipales
- Ayuda a reducir la brecha digital, en sus tres causas:
 - o Económica, puesto que la inversión en equipos que el usuario debe realizar es únicamente de un 10% frente al ordenador personal y no tiene cuotas de mantenimiento.
 - o Sociológica, ya que, al utilizarse el televisor como interfaz de acceso, se vence la resistencia de aquellos grupos más reacios al acceso a las nuevas tecnologías.
 - o Cultural y formativa, al no ser necesaria una formación específica del usuario en informática ni programas específicos.
- La TDTi no viene a competir con otras plataformas, como el móvil, internet, etc., sino que se engloba dentro de una estrategia multiplataforma para permitir que todos tengan la oportunidad de acceder a dichos servicios. La elección de plataforma de acceso la realizará el propio usuario.

Frente a todo ello, el piloto detectó el bajo uso de la interactividad entre los ciudadanos objeto de estudio, atribuible principalmente al desconocimiento sobre este tipo de servicios, que sí fueron muy bien valorados entre el 80% de los usuarios finales. No obstante, este tipo de iniciativas suponen la exploración de nuevas vías de comunicación con el ciudadano y el impulso del comercio en la zona de servicio.

3. La televisión local en la Comunidad de Madrid

3.1. Antecedentes

La Comunidad de Madrid ha sido tradicionalmente un mercado atractivo para empresarios y grupos de comunicación de nuestro país. Desde el inicio de las emisiones de televisión en los años 50 nuestra región se ha consolidado como uno de los epicentros de toda la industria audiovisual. Por otra parte, la capital concentra por sí misma una parte importante de habitantes, más de cinco millones de habitantes, con el potencial de negocio que ello plantea.

A pesar de la descentralización de la industria audiovisual que viene produciéndose en España desde los años 80, fruto del avance de la desregulación, y que supone la creación de los entes públicos de radio y televisión autonómicos y con ellos de nuevos mercados autonómicos, nuestra Comunidad continúa albergando los principales centros de producción y estrategia de los grupos de comunicación españoles.

Se plantea, por tanto, un escenario altamente competitivo para las televisiones locales –sobre todo, para las TDT emergentes–, ya que, además tener que enfrentarse con una identidad cultural poco definida que conecte con los contenidos de ‘proximidad’, estas televisiones deben enfrentarse en ‘igualdad de condiciones’ a las diferentes emisiones de las televisiones nacionales, las autonómicas madrileñas –las ofertas de Telemadrid y Onda 6–, las televisiones autonómicas colindantes –como Castilla la Mancha TV–, así como la televisión de pago en cualquiera de sus plataformas. A esto hay que sumar la reasignación de la licencia autonómica que quedó libre tras la quiebra de Quiero TV, que fue convocada en 2005 y que todavía hoy está pendiente de adjudicación.

Durante este capítulo analizaremos el panorama televisivo de nuestra Comunidad en el ámbito local, estableciendo las principales características de

este fenómeno en comparación con los fenómenos locales expuestos anteriormente. Prestaremos especial atención al proceso de digitalización de las emisiones de televisión local, que han supuesto un cambio radical en el tejido empresarial de nuestra Región.

Las primeras emisiones de televisión local en la Comunidad de Madrid tienen sus antecedentes en 1987⁴², cuando durante tres días la Televisión Municipal de Alcobendas emite programas, siendo finalmente clausurada el gobierno. En ese mismo año, una empresa de vídeo comunitario y cable emite informativos locales en Alcalá de Henares, constituyéndose posteriormente como Telealcalá –posteriormente Localia TV Henares-. También podemos resaltar alguna emisión experimental desde el Círculo de Bellas Artes de Madrid.

El desarrollo de la televisión local dentro de la capital es tardío y evoluciona lentamente. Para comprender este hecho es suficiente mencionar el dato de que las primeras emisoras de la capital, Tele K y Telemadroño, no emprendieron sus emisiones hasta mayo de 1993, una fecha muy tardía si la comparamos con la primera televisión local en España (1981).

En su nacimiento, la televisión local de Madrid participa en mayor o menor medida de las tendencias culturales predominantes en estos años de reproducción de esquemas generalistas. Sólo podemos mencionar escasas excepciones como:

1. El componente municipalista de Canal Norte de San Sebastián de los Reyes y Móstoles.

⁴² GARCÍA MATILLA, A Y PÉREZ, F., "La televisión local como propuesta innovadora" en CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (Ed.). "Perspectivas de la radio y televisión pública. I Congreso de Radios y Televisiones públicas y culturales. Sevilla, noviembre 1997". Diputación de Sevilla, Sevilla, 1998, pp.78-79.

2. La experiencia comunitaria de Tele K, promovida por el movimiento asociativo vallecano.
3. La emisora cultural Tele Cuatro Caminos, creada por la ONG Ciudadanos del Mundo.

En Marzo de 1995 comienza a funcionar la Asociación de Televisiones Locales de Madrid, la única exclusiva de televisiones de nuestra comunidad, que se disolvería algunos años después ante la divergencia de intereses de sus componentes. Actualmente existen intentos de reagrupación por parte de algunos miembros de esta asociación para afrontar juntos la difícil prueba de la digitalización de sus emisiones.

Como tendencias predominantes de la televisión local en Madrid podemos señalar las siguientes (Chaparro, 1998:79):

- La mayor parte se crearon en el segundo semestre de 1994, una vez hechos públicos los anteproyectos de Ley, lo que parece indicar una naturaleza derivada de las expectativas de una próxima legalización y de la búsqueda de posicionamiento de mercado.
- El número y la proporción de las emisoras municipales están muy por debajo de las comunidades como Andalucía, Cataluña o Comunidad Valenciana.
- Existe una dualidad muy marcada entre las televisiones que optan por una programación totalmente propia y las que difunden una programación mixta, alrededor de 50%, de producción propia y ajena.
- El espacio radioeléctrico de la Comunidad de Madrid está muy saturado, lo que obliga a que frecuentemente las emisoras tengan que compartir frecuencias.

- Los formatos favoritos son los profesionales Betacam y DVCam, y el semiprofesional S-VHS, compatible con el doméstico.
- Madrid capital y el Sur metropolitano son las áreas donde el sector está más difundido.

En la evolución de la televisión local de nuestra Comunidad tenemos que resaltar necesariamente un proyecto por el que apuestan la Universidad Complutense junto con la Asociación de Televisiones locales de Madrid, que tratan de crear una televisión local basada en la formación, la investigación y la experimentación de una televisión de acceso concedida y producida por jóvenes. El Taller de Televisión Complutense comenzó sus actividades en octubre de 1996 y en enero del año siguiente estaba previsto iniciar sus emisiones en colaboración con Tele K, Tele 4 Caminos y Tele Madroño. Un proyecto que nunca llegó a consolidarse dadas las dificultades técnicas y económicas.

La falta de un marco normativo estable y de datos oficiales, nos hace difícil establecer un mapa exhaustivo de las emisoras de televisión local que venían emitiendo en nuestra Región hasta la llegada de la digitalización. El Censo de Televisiones Locales de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) cifra en treinta y seis las televisiones locales madrileñas. En el siguiente gráfico recogemos las emisoras de televisión de nuestra Comunidad, así como los municipios para los que emiten.

Nombre	Municipio
Localia TV	Alcalá Alcalá de Henares
Tele Estudio - Localia TV Madrid Norte	Alcobendas
TeleCoslada	Coslada
Televisión del Corredor	Coslada
TeleGetafe	Getafe
Localia TV Getafe	Getafe
Teleguadarrama	Guadarrama
Cero Diez Televisión	Hoyo de Manzanares
Localia TV Leganés	Leganés
TL Sur	Leganés
Canal 28	Madrid
Duson TV	Madrid
Tu Pueblo Televisión / TBN Enlace	Madrid
TV Amistad	Madrid
Cadena Local TV Madrid	Madrid
Canal 33 TV Local	Madrid
Canal 47 Madrid	Madrid
Canal 53	Madrid
Canal 7 de Televisión	Madrid
La Tele Local Madrid	Madrid
Localia TV Madrid	Madrid
Onda 6 / Telemadroño	Madrid
Tele 4 Caminos	Madrid
Tele K	Madrid
TMT	Madrid
TVerbo	Madrid
Localia TV Móstoles	Móstoles
Navalvisión	Navalcarnero
Canal PTV	Pozuelo de Alarcón
Telepozuelo	Pozuelo de Alarcón
Tele Rivas	Rivas-Vaciamadrid
Telesureste	Rivas-Vaciamadrid
Canal Norte TV	San Sebastián de los Reyes
Los Peñascales TV	Torreldones
TVL Canal 39 Madrid / Tele Sierra	Tres Cantos
Kanal 4	Villarejo de Salvanés

Gráfico 30: Emisoras de televisión local en la Comunidad de Madrid.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Censo AIMC, 2002.

Por otro lado, a través de un trabajo de campo realizado en 2002, pudimos identificar veintiocho emisoras regulares en la Comunidad. Al contrario de lo que sucede en otras provincias como Andalucía, todas ellas emitían a través de ondas terrestres. Podemos destacar:

3.1.1. Canal 7 Televisión⁴³

La cadena nació en 1996 a impulso del productor cinematográfico José Frade. En una primera etapa contó con la colaboración de prestigiosos profesionales procedentes de emisoras de ámbito estatal, siendo uno de sus programas más emblemáticos de esos primeros años un espacio de crónica social, que estuvo presentado por Eugenia Santana, Mayra Gómez Kemp, Jesús María Amilibia y Julián Lago.

Con una programación basada en espacios denominados 'del corazón', magazines y concursos, a lo largo de los siguientes años, pasaron por la cadena, programas como: 'El ritmo de la vida' (1996), con Mayra Gómez Kemp; 'Debate abierto', con Cristina Tárrega; 'Play Music', con Adriana Frade.; 'Danubio Azul', con Leticia Sabater; 'Merienda con Leticia', con Leticia Sabater; 'Show Store', con Malena Gracia; 'Mentiras Peligrosas' (2002-2004), con Leticia Sabater y luego con Loreto Valverde; '7 de Corazones' con Mayra Gómez Kemp; 'De Hecho Pareja' con Loreto Valverde; 'El mejor de todos los tiempos' con Marta y Lorenzo Valverde; 'Las Chicas y los Chicos'; 'Los 7 Principales' con Pedro Gil; 'Ecos del Motor' con Alexia Cue; 'Todos Ganan' con Rebeca J. Cirujano; 'Maldito Corazón'; 'La Serie de Oro'; 'Ciudadanos con Victor Jara; 'La parada del 7'. En 2001 se hizo con los derechos de emisión para Madrid, del programa de 'corazón' de enorme éxito, Tómbola, producido por Canal 9 y que hasta el momento había sido emitido por Telemadrid.

Según datos del Estudio General de Medios (AIMC), en 2001 era la emisora local más vista en España, aunque en 2006 había descendido a la tercera posición, con 788.000 espectadores.

⁴³ <http://www.canal7tv.com>

3.1.2. Canal 33⁴⁴

Canal 33 es una de las televisiones locales más arraigadas en Madrid. Gracias a su apuesta por una programación totalmente local y al servicio de la comunidad. Nace en 1994 bajo un “modelo de contenidos y televisión de proximidad en Madrid” (Teleinforme, 2006). Es una “televisión local diferente para un Madrid distinto en abierto y gratuito para todos los madrileños”.

Según Enrique Riobóo, su fundador, el éxito de Canal 33 se basa la información que ofrece no procede de “ningún grupo de presión económico. Nuestra televisión funciona porque la audiencia, cada día, decide vernos. Ese es nuestro examen diario y no otro”. (Teleinforme, 2006). Ello se debe gracias a una programación de proximidad, realizada en colaboración con los ciudadanos, basada en informativos y tertulias, complementados con programas de carácter ‘comercial’ como telenovelas, televenta o programas de videncia.

En mayo de 2005 el Gobierno de Esperanza Aguirre ordenó su cierre para entregar la frecuencia por la que venía emitiendo desde hacía diez años –el canal 33 de la UHF- a La Sexta. En respuesta, Canal 33 traslada sus emisiones al canal 45 y comienza a experimentar con la televisión por Internet. No obstante, en diciembre de 2007 la cadena, junto con Tele K, fue reconocida dentro de otras 20 televisiones locales históricas de proximidad en la Ley de Impulso a la Sociedad de la Información (LISI), tras una votación de una enmienda a la ley en el Senado. Por lo tanto, la cadena ha sido legalizada a este respecto y está a la espera de obtener una licencia local. Sin embargo, hay que tener en cuenta que su estatus cambia, ya que si antes nutría parte de sus ingresos a través de espacios de televenta, ya no podrá hacerlo al impedirle la ley la emisión de publicidad. Únicamente podrá emitir espacios patrocinados.

⁴⁴ <http://www.canal33.org/>

3.1.3. Canal 39- TVL

Esta cadena comenzó sus emisiones, bajo el nombre de Tele Sierra, con una programación local dedicada a los pueblos de la sierra norte de la Comunidad de Madrid. Asociados a Local Media, en junio de 1998 crean su propia asociación de televisiones locales: TvL. Este cambio supuso la remodelación de la parrilla de programación con la emisión de espacios de participación a través de líneas 906. La asociación, que contaba con más de un centenar de miembros repartidos por la geografía española, emitía su programación tanto por ondas terrestres como a través del satélite Eutelsat.

Esta cadena fue acusada de fraude en 2002 durante la emisión de concursos de televisión que consistían en la participación del público a través de líneas telefónicas de pago. Supuestamente, estas llamadas nunca salían en antena, sino que, una vez descolgada la llamada se trataba de mantener a los concursantes desde casa en espera indefinida mientras la factura del teléfono crecía. En 2005 la cadena fue clausurada y sus propietarios, miembros de una misma familia, fueron detenidos acusados de estafar más de cinco millones de euros a través de los concursos televisivos.

El caso de esta televisión local madrileña es bastante peculiar, ya que de ser una empresa familiar llegó a hacer una oferta de 12 millones de euros al Grupo Correo por la compra de su participación en la digital terrenal Net TV (El Mundo, 8/08/2002).

3.1.4. Canal 53⁴⁵

Canal 53, propiedad de la empresa Arait Multimedia, comenzó sus actividades con una carta de ajuste en febrero del 2000, y un mes más tarde inició sus emisiones en pruebas. Está destinada a la zona centro- sur de Madrid, emitiendo en las frecuencias 36, 50 y 53. Su programación se basa fundamentalmente en programas de líneas 906.

⁴⁵ <http://www.canal53.tv/>

3.1.5. Canal Norte TV⁴⁶

Emisora pública puesta en marcha por el Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes en agosto de 1991. Funciona para la zona norte de nuestra Comunidad como un canal de información local, entretenimiento y formación. En estos momentos, emite también en Internet a través de su página web.

3.1.6. Localia TV

La red de televisiones locales del grupo Prisa⁴⁷ aparece en nuestra Comunidad a través de la compra de la emisora 'Teleocio', una de las cadenas 'históricas'. Localia TV, antes de su desaparición⁴⁸, llegó a contar con un total de ocho emisoras repartidas por la Comunidad de Madrid. Sin embargo, tras los resultados del concurso de adjudicación en agosto de 2005, Pretesa decidió cerrar todas las emisoras excepto la situada en la capital, en la céntrica calle de la Gran Vía. Finalmente, la mala situación económica de la empresa, que se vio agudizada por el varapalo recibido en la Comunidad y la crisis en la facturación publicitaria, llevó a la filial de Prisa a cerrar todas las cadenas de televisión, repartidas por todo el país, de la que era propietaria. De este modo, el 31 de diciembre de 2008 desaparecieron las emisiones de televisión de la marca comercial de Localia TV. Todas aquellas emisoras asociadas continuarán emitiendo.

3.1.7. Navalvisión

Poca información hemos conseguido sobre esta emisora. Únicamente constatar que se trata de una televisión de dimensiones muy reducidas que

⁴⁶ <http://www.canalnorte.tv>

⁴⁷ Para más información sobre el Grupo Prisa consultar el apartado 2.1.5. La entrada de los grupos de comunicación.

⁴⁸ Ver apartado 3.2.3.2. Cierre Localia TV.

dirige su programación a los habitantes de Navalcarnero con una programación de proximidad.

3.1.8. Telecoslada

Recientemente adquirida por el grupo de comunicaciones S.I.A. Telélinea, la empresa que mantiene el canal con una programación basada principalmente en programas de videncia y 906. Telélinea TV busca una cobertura prácticamente nacional, alcanzando a cuarenta y tres ciudades y municipios de veintiocho provincias de España. En la Comunidad de Madrid emite para la capital por el canal 48, para la zona del Corredor Coslada, San Fernando, Torrejón, Meco, Leoches, Alcalá, Azuqueca, Guadalajara) por el canal 57. Sus emisiones también se reciben en Leganés, Móstoles, Fuenlabrada, Getafe a través de este mismo canal. Además, la cadena puede recibirse vía satélite o a través de Internet.

Según la medición de Sofres⁴⁹, en junio de 2008 la audiencia acumulada de la emisora era de 359.806 espectadores.

3.1.9. Tele Cuatro Caminos⁵⁰

Avalada por la ONG Ciudadanos del Mundo, Tele Cuatro Caminos era una televisión que se caracterizada por una arraigada filosofía de servicio público: trataba de impulsar la cultura, la educación y la cooperación vecinal para lo que permite la participación de aquellos ciudadanos no profesionales. Para esta cadena la tecnología no debía ser un límite a la expresión de los ciudadanos. “la técnica deberá estar al servicio de las comunicaciones humanas, constituyéndose en un instrumento necesario para la libre circulación de la información y para una participación activa, crítica y

⁴⁹ <http://tv.telelinea.es/index.php?zona=7&tipo=3>

⁵⁰ <http://www.ciumundo.es/tele/Tele4.htm>

constructiva en la vida social". Se trataba, por tanto, de una televisión de tipo comunitaria que era sufragada a través de las aportaciones de los socios, establecimientos barriales, colaboradores y todos aquellos que así lo deseen. Tele Cuatro Caminos formaba parte de una serie de iniciativas de comunicación (prensa, radio y televisión) que Ciudadanos del Mundo dispone para establecer relaciones entre de los vecinos del barrio.

3.1.10. Tele K

Heredera del fenómeno de las radios libres, Tele K nace en 1992 en el barrio madrileño de Vallecas promovido por la Federación de Asociaciones para el Desarrollo Comunitario de Vallecas, FEDEKAS, como soporte de comunicación de un proyecto de desarrollo local. Siendo así la primera emisora de televisión local que comenzó a emitir en la ciudad de Madrid. Esta televisión local está inspirada en los siguientes principios⁵¹:

- Promover el desarrollo social, cultural y educativo de Vallecas.
- Ofrecer un cauce de expresión a las minorías y a los nuevos movimientos sociales, es decir, un medio que aporte avances en el terreno de la democracia informativa.
- Apoyar las posibilidades de expresión de los nuevos creadores en el campo de la música, el teatro, el cine y las artes plásticas.
- Articular una plataforma de formación y producción abierto a los ciudadanos, con el fin de acercar a estos a las Nuevas tecnologías de la Comunicación.

Durante sus dieciséis años de historia su programación ha estado caracterizada por el interés local y cultural, de producción propia. Tele K forma parte de las principales redes y organizaciones de televisión comunitaria y educativa, impulsando la constitución de la Asociación de Televisiones locales de la Comunidad de Madrid y el proyecto Unión Televisión, que integraba a la Universidad Complutense y a varias emisoras madrileñas con el objetivo de desarrollar un proyecto de televisión local descentralizado que, además, pretendía constituirse como un laboratorio de prácticas de los estudiantes de

⁵¹ Consultar <http://www.vallecas.org/telek/queestelek.html>

la Facultad de Ciencias de la Información. En esta línea, la cadena imparte clases de formación para aquellos interesados en el mundo de la televisión local, en colaboración con Institutos de Enseñanza, Centros de Formación Profesional; la Fundación Formación y Empleo (Maforem) y la Federación de Comunicación y Transporte de Comisiones Obreras.

3.1.11. Telepozuelo

Es, según sus impulsores, la primera emisora local de la Comunidad de Madrid, ya que comenzó a emitir en 1981 de manera experimental. Emisora con vocación de servicio público ofreciendo a los ciudadanos a los que se dirige "el día a día de su vida cotidiana, acercando a su casa iniciativas de vecinos en forma de asociaciones diversas, la cultura, el deporte, la política, la educación, las tradiciones, las innovaciones, etc."⁵². No es, por tanto, una cadena comercial; no tienen ingresos comerciales o apoyos de las autoridades locales, lo que implica una gran precariedad de medios. De hecho, no hay continuidad en su programación: retransmiten los plenos del ayuntamiento, las opiniones de los vecinos, cualquier acontecimiento acaecido en la localidad, sin tener capacidad para cubrir todo el municipio.

3.1.12. Tele Rivas y Tele Sureste

Ambas emisoras de televisión local emiten para la zona sur de la Comunidad de Madrid. Junto con otros canales como TQR, Telécija, Telepeñón, Canal 26 Ceuta o Sintonía TV Rioja, difundían la ya extinta señal del Canal 39 o Telesierra. Su señal llegaba –además de vía éter– a toda España a través de cinco canales vía satélite: TVL –por Eutelsat–, Visión Local, Vía Local, Movida Local y Max Local –estos cuatro, a través de Hispasat.

⁵² Álvarez del Solar, Fátima "El minuto de gloria". Especiales Cine&Tele Online (21/05/2003). En: <http://www.cineytele.com/especiales.php?nid=69>

3.1.13. TMT – Popular TV⁵³

TMT es el canal de televisión local del Arzobispado de Madrid, perteneciente a la red de televisiones locales Popular TV, repartidas por la geografía nacional. De contenido católico, su objetivo es el de realizar una televisión familiar con especial referencia a los valores cristianos. Su parilla está conformada por programas informativos, tertulias, cine, programas infantiles, debates, programas deportivos, documentales y música. En su rejilla destacan espacios como: 'Popular TV Noticias' en el apartado informativo; 'La Noche de ...', programa con un invitado del ámbito de la cultura, la sociedad, o la política y que está presentado y dirigido por Miguel Ángel Rodríguez, Isabel Sansebastián, Jaime Peñafiel y Cuca García de Vinuesa; la telenovela 'Juanita, la soltera' o el programa infantil '¿Y tú de qué vas?', formato encabezado por Andrés Caparrós.

Popular TV emite, además, en exclusiva un partido de la liga de la Federación Española de Baloncesto. Desde enero de 2008 Popular TV puede recibirse además a través de Digital+.

3.1.14. TV Corredor del Henares⁵⁴

Sus emisiones pueden seguirse en las localidades del este de la Comunidad de Madrid: Alcalá de Henares, Torrejón de Ardoz, San Fernando de Henares, Coslada, Mejorada del Campo y Velilla de San Antonio. Dentro de su programación hay que destacar el especial seguimiento que hacen de los equipos de fútbol de la zona.

⁵³ Para más información sobre el Grupo COPE consultar el apartado 2.1.5. La entrada de los grupos de comunicación.

⁵⁴ <http://www.hbarra.com/telecorredor/index.asp>

3.1.15. TVerbo⁵⁵

Televisión con vocación local para Madrid, sustentada por la ONG Remar, dedicada a la ayuda en el Tercer Mundo; es un canal cultural de naturaleza religioso-cristiana en cuanto a su línea editorial. Tverbo se define así misma como "una televisión limpia y diferente", dando prioridad a la información de Madrid y a los espacios con los que se puede ayudar a colectivos particulares con problemas, convirtiéndose así en un servicio público. Es una oferta para los que quieran descubrir una televisión limpia con espacios divulgativos, científicos, magazines, entrevistas, etc., además de los eminentemente religiosos. Recientemente ha cambiado su nombre por 'Solidaria TV'

3.1.16. Otras televisiones locales

El Censo de Televisiones locales de la AIMC señala la existencia de otras emisoras locales que por su dimensión la información recabada es nula o escasa. Es el caso de TV Peñascales, una televisión local de carácter juvenil que surge a raíz de un proyecto ideado por un grupo de amigos aficionados a la televisión y funciona de manera irregular con programas que ellos mismos producen y que alternan con programación que toman vía satélite.

Por otro lado, es importante resaltar el caso de Onda 6TV, emisora del Grupo Vocento, que decidimos no incluir en esta clasificación ya que ha sido tratada anteriormente⁵⁶ y la naturaleza de su licencia es autonómica. No obstante, conviene aclarar que esta televisión emite con tecnología analógica a través de la licencia que adquirió a 'Teleocio' y que mantendrá hasta la llegada del apagón analógico.

⁵⁵ <http://www.remar.org>

⁵⁶ Ver apartado 2.1.5.3. Vocento

3.2. La llegada de la televisión digital terrestre

Pese a que el fenómeno de la televisión local ha tenido tradicionalmente un menor peso específico en número y contenidos de 'proximidad' con respecto a otras comunidades, Madrid ha sido una de las pioneras junto con Baleares, Navarra o Murcia en la adjudicación de licencias digitales necesarias para la normalización definitiva de este sector. En este apartado estudiaremos las políticas de implantación del Gobierno autonómico que cristalizaron en agosto de 2005 en ocho nuevos licenciatarios de TDT local. No obstante, sólo dos de ellos presentaban experiencia analógica en el nuestro mercado.

3.2.1. Madrid y el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local

El Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local (PTNTDTL), ya estudiado en el capítulo 2 La televisión local en España, dividía a la Comunidad de Madrid en diez demarcaciones territoriales a cada una de las cuales le correspondía un canal múltiplex para dar cobertura a una población de un total de 5.614.513 madrileños, como se muestra en la siguiente ilustración. No obstante, este diseño no es de ningún modo equilibrado dado que la capital concentra la mayor población con más de tres millones de habitantes⁵⁷. Por esta razón, al igual que otras ciudades como Sevilla o Barcelona, la demarcación de Madrid cuenta con una doble para la capital.

Además, Badillo señala que la cercanía de determinadas poblaciones a la capital podría ampliar de facto la cobertura de los concesionarios más allá de la demarcación inicialmente previstas.

⁵⁷ BADILLO, Ángel. "Una nueva televisión de proximidad: Un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica" en MARZAL FELICI, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (Eds.). "El desarrollo de la televisión digital en España". La Coruña: Netbiblo, 2007. pp. 3-31.

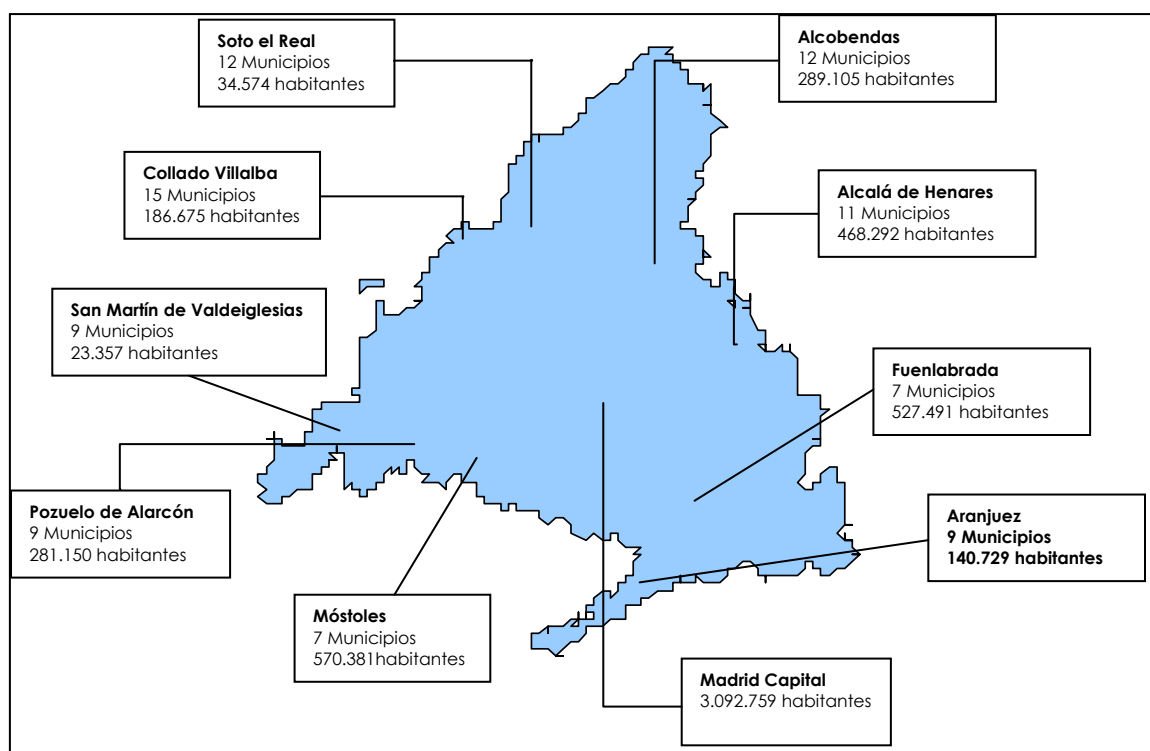


Ilustración 31: Diseño demarcacional de la Comunidad de Madrid.
Fuente: Elaboración propia sobre los datos del PTN

Como se indica en el Plan Técnico Nacional de 2004, según el art. 27.11 del Estatuto de Autonomía, corresponde a la Comunidad de Madrid el desarrollo legislativo, la potestad reglamentaria y la ejecución sobre medios de comunicación de social. De este modo, y siguiendo los preceptos establecidos por el PTNTDTL, el Gobierno de Esperanza Aguirre decide reservar un programa digital para la gestión directa de las corporaciones locales, y tres programas para la gestión privada indirecta, que serán asignados previa concurso de adjudicación.

De esta forma la Comunidad de Madrid podría contar con un máximo de cuarenta y cuatro programas digitales de televisión local –finalmente serán cuarenta por quedar algunas licencias digitales desiertas-, de los cuáles once estarán gestionados por los consorcios formados por los ayuntamientos que así lo solicitaran, y treinta y tres se convocan a concurso público. Un número de licencias bastante equilibrado si se compara con el número de operadores locales ya presentes desde los años 80 en nuestra Comunidad. Al contrario que

en comunidades como Cataluña o Andalucía donde el nuevo diseño de programas digitales es insuficiente para dar cabida a los operadores analógicos que venían operando. Un hecho que queda claramente reflejado en el siguiente gráfico.

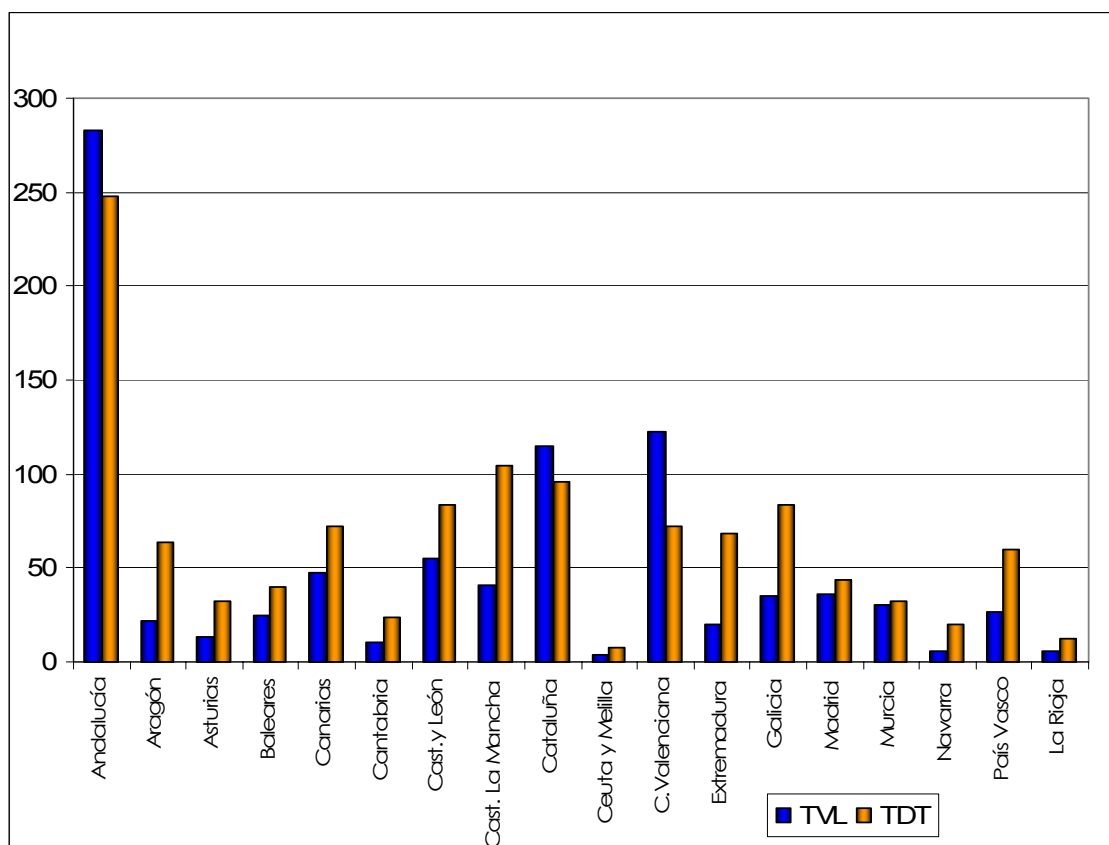


Gráfico 32: Comparativa TVL existentes y programas de TDT atribuidos por Comunidad.
Fuente: Prado (2004: 28)

No obstante, el número de programas digitales asignados para la gestión directa de la TDT local se demuestra insuficiente para que todos los Ayuntamientos, que así lo deseen, puedan ofrecer a sus ciudadanos este tipo de servicio. Esto obliga, según establece el PTNTDTL, a que todas las corporaciones locales de una demarcación –un mínimo de siete en nuestra Región- a llegar a un acuerdo para la puesta en marcha y mantenimiento de una TDT local de titularidad pública. Este es uno de los factores que condicionan el lento despliegue de este tipo de emisoras de televisión.

3.2.2. El concurso de adjudicación

A través de la Orden 2562/2004, de 29 de julio, el Gobierno de la Comunidad establece los procedimientos para la gestión directa de las concesiones administrativas de TDT local en Madrid. En ella se establecen los requisitos que son necesarios para la constitución de la entidad pública que gestionará de manera directa el servicio de TDT local.

Tras su constitución legal, establece el plazo de un mes para la presentación ante la Secretaría General del Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid la siguiente documentación:

1. Documento de creación de la entidad pública que gestione el programa de televisión.
2. Certificado de los distintos Ayuntamientos expedidos con el visto bueno de su Alcalde, dando su conformidad a esa creación.
3. En el caso de que se constituya la entidad pública a través de sociedad anónima de capital íntegramente público, copia de la escritura pública de constitución inscrita en el correspondiente Registro Mercantil.
4. Memoria que contemple el Plan de Viabilidad Técnico y Financiero y el Plan Estratégico del Proyecto Televisivo, tanto en cuanto a infraestructuras y equipamientos como a personal y contenidos, así como a su financiación.

Las concesiones administrativas para la prestación del servicio de televisión local por ondas terrestres serán otorgadas se otorgará por un período máximo de cinco años prorrogables por otros cinco, por el Vicepresidente Primero y Consejero de Presidencia. La Secretaría General del Consejo de Gobierno examinará y valorará la documentación remitida y, en caso de cumplirse todos los requisitos exigidos por la normativa legal y reglamentaria, elevará al Vicepresidente Primero y Consejero de Presidencia propuesta de otorgamiento de concesión a los solicitantes de un programa de televisión.

La normativa establece que las entidades públicas de gestión directa del servicio de TDT local deben compartir el canal múltiplex con los concesionarios privados que obtuvieran licencia para la misma demarcación, según lo establecido en el apartado 2 de la Disposición Adicional tercera del Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de televisión digital local. En caso de que se planteara algún conflicto o desacuerdo entre los distintos concesionarios, éstos serán resueltos por la Consejería de Presidencia.

Asimismo, la Orden 2562/2004 establece la obligatoriedad de iniciar las emisiones con anterioridad al 1 de marzo de 2006, sin perjuicio de las posibles emisiones analógicas anteriores a esa fecha.

Posteriormente, el Gobierno de la Comunidad, a través de la Orden 90/2006, de 23 de febrero, decide ampliar indefinidamente el plazo que tienen los ayuntamientos para solicitar su adhesión a las demarcaciones de TDT Local, permitiendo la suma paulatina de aquellas corporaciones locales que así lo deseen.

La regulación para la gestión indirecta de los programas de TDT local llegará algunos meses más tarde que la pública, concretamente el 19 de noviembre de 2004, la Comunidad de Madrid aprueba mediante la Orden 3019/2004, de 19 de noviembre, las bases del concurso público para la adjudicación de las concesiones de gestión privada de TDT local. Convocatoria que finalizaba el 14 de enero de 2005 y a la que cuarenta y cuatro empresas presentaron ciento quince ofertas.

La Comisión, presidida por el Secretario General del Consejo de Gobierno, Salvador Victoria, tenía como plazo hasta el 1 de marzo para tomar una decisión, pero a finales del mes de febrero el Vicepresidente Primero y

Portavoz del Gobierno anunciaba una prórroga en su decisión hasta el 14 de abril "dada la cantidad de licitadores presentados y el volumen de la documentación aportada por los mismos" (Teleinforme, 2005: 16).

Las bases del concurso establecen la composición de cada canal múltiplex en cuatro programas, uno de los cuales se reservará para la "gestión directa por parte de los municipios integrantes de una demarcación que así lo decidan, por Acuerdo de sus Plenos" (Orden 3019/2004:278). Se asigna además un 20% de la capacidad de cada canal múltiplex para la prestación de servicios adicionales, siempre que se asegure la calidad de servicio satisfactoria.

La Comunidad de Madrid establece los siguientes requisitos para aquellas empresas que quisieran presentarse al concurso:

- Ser personas naturales, empresas o entidades sin ánimo de lucro de nacionalidad española o de los demás Estados miembros de la Unión Europea.
- Su objeto social deberá incluir la gestión indirecta de este servicio de televisión digital. Las acciones de estas sociedades serán nominativas y la participación en su capital de personas que no sean nacionales de algún Estado miembro de la Unión Europea no podrá superar directa o indirectamente el 25% de su cuantía.
- La concesión obliga a la explotación directa del servicio y será intransferible.
- No estar incursos en ninguna causa que les impida contratar con la Comunidad de Madrid, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas; ni en las limitaciones establecidas en el artículo 19 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, modificada por la Disposición adicional trigésimo segunda de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

- Los concesionarios estarán obligados a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público, el Gobierno de la Comunidad de Madrid estime necesarios.
- Los concesionarios quedan obligados al archivo de toda la programación durante tres meses.

Cabe destacar con respecto al pliego de condiciones del concurso las altas garantías provisionales que tuvieron que presentar las empresas aspirantes a la licitación, cantidades que variaban según la población de la demarcación. La siguiente tabla refleja cuantías exigidas, desde 500.000€ para la capital hasta los 75.000€ de las zonas de cobertura más “asequibles”. Estas garantías suponen de *facto* una barrera de entrada, dado que los proyectos de televisión local más ‘modestos’, vinculados a las organizaciones sin ánimo de lucro, no disponen de esta capacidad financiera, viendo imposible el hecho de presentarse al concurso y quedando inicialmente fuera del nuevo escenario digital.

Demarcación	Garantía Provisional
Alcalá de Henares	200.000 €
Alcobendas	150.000 €
Aranjuez	150.000 €
Collado Villalba	150.000 €
Fuenlabrada	200.000 €
Madrid	500.000 €
Móstoles	200.000 €
Pozuelo de Alarcón	150.000 €
San Martín de Valdeiglesias	75.000 €
Soto del Real	75.000 €

Tabla 33: Garantías provisionales consignadas para el concurso de licencias de TDT locales en la Comunidad de Madrid.
Elaboración propia sobre Orden 3019/2004

Posteriormente, una enmienda aprobada por la Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información (LMSI)⁵⁸ ofrecerá a las televisiones de proximidad la posibilidad continuar emitiendo.

Las bases del concurso no establecían limitación alguna en cuanto al número de licencias que se podían solicitar. Un solo licitador tenía la posibilidad de presentarse a todas las demarcaciones que considerara oportuno dentro de la Comunidad de Madrid sin ningún tipo de límite de concentración de cobertura, lo que abre la puerta –y así se concretará en el caso de 8Madrid TV- a que un mismo concesionario obtenga licencia en cada una de las demarcaciones, obteniendo una televisión de cobertura autonómica pero sobre la base de concesiones locales.

Al contrario de lo que sucede en otras comunidades como Cataluña, no se establecen diferencias para aquellas cadenas de televisión que estuvieran emitiendo con anterioridad al 1 de enero de 1995 y quisieran regularizar su situación. Las condiciones eran prácticamente las mismas para operadores ‘históricos’ y emergentes. La única excepción para este tipo de emisoras, es que podían solicitar la concesión vía el Ayuntamiento correspondiente.

Las empresas aspirantes a licenciatarios debían presentar una oferta técnica en la que, además de presentar el modelo de negocio, debían detallar no sólo las características de los contenidos que servirán de base al canal, sino establecer estrategias básicas para la promoción de decodificadores –necesarios para la recepción de la señal- pero, sobre todo, establecer los elementos clave en relación con los servicios adicionales de televisión digital.

Dichos servicios digitales –únicos susceptibles de cobro al espectador, ya que se especifica que el servicio de televisión se prestará en ‘abierto’- incluían “servicios de Internet, servicios de telecompra, telejuegos interactivos,

⁵⁸ Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información. BOE 312 (29/12/2007)

servicios de tele-educación, servicios de información dirigidos a la comunidad empresarial, intranets para empresas". La Comunidad apuesta, de este modo, por los servicios de valor añadido como un elemento diferenciador de la oferta de televisión, así como una fuente de financiación adicional a los contenidos en abierto de los concesionarios.

La concesión de los títulos habilitantes para la prestación del servicio de televisión local digital se realizaría teniendo en cuenta, según establece el pliego de condiciones, los siguientes objetivos:

1. Salvaguarda de la pluralidad informativa.
2. El desarrollo de producciones y contenidos audiovisuales en la Comunidad de Madrid.
3. Implantación de equipos y aparatos receptores de televisión digital y el desarrollo de la industria de electrónica de consumo en la Comunidad de Madrid.
4. El desarrollo de la Sociedad de la Información en la Comunidad a través de la creación de servicios y aplicaciones innovadores, dirigidos a los ciudadanos.

Es significativo que las bases del concurso establecidos por la Comunidad no hagan mención especial sobre los contenidos audiovisuales de las futuras TDT locales. Más allá de las cuatro horas diarias de programación original y treinta y dos horas semanales, marcadas por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital local, el pliego sólo se refiere a "producciones y contenidos audiovisuales en la Comunidad de Madrid", dejando la creación y emisión de contenidos locales a decisión del concesionario, lo que supondrá para nuestra Comunidad, como veremos a lo largo de este apartado, un modelo de televisión con contenidos generalistas y temáticos alejado del modelo de 'proximidad' propugnado por las primeras experiencias locales de televisión.

La concesión se otorgará por un plazo de cinco años prorrogables según lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres. Los nuevos licitadores debían iniciar las emisiones –con tecnología digital- en el plazo de los ocho meses siguientes a la resolución del concurso, sin perjuicio de las posibles emisiones analógicas que estuvieran realizando en virtud de lo establecido por la Disposición Transitoria Segunda de la Ley 41/1995, de Televisión Local por Ondas Terrestres.

El pliego establece además un plazo de seis meses –que finalizaría en febrero de 2006- para el cese de las emisiones de aquellas televisiones locales que, bien no se hubieran presentado al concurso de adjudicación de licencias digitales, o bien, habiéndose presentado, no hubieran obtenido concesión alguna.

Las bases del concurso de adjudicación establecen los derechos de las empresas concesionarias:

1. Disponer del espectro radioeléctrico necesario para la prestación del servicio público de TDTL que se le ha otorgado.
2. Emitir programas de televisión digital en abierto y prestar en su demarcación los servicios digitales adicionales de TDTL que proporcionalmente le correspondan, así como, en su caso, fijar y percibir las tarifas de los servicios adicionales contratados por los abonados.
3. Podrá subcontratar prestaciones accesorias, en los términos establecidos en el artículo 170 del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, con autorización previa de la Secretaría General del Consejo de Gobierno.
4. En general, cualesquiera otros derechos que se le reconozcan en el presente Pliego o les correspondan como concesionario, en virtud de lo establecido en la legislación de Contratos de las Administraciones Públicas.

En cuanto a las obligaciones del concesionario, con carácter general, estará obligado a:

1. Difundir los programas de TDTL a través de la empresa seleccionada por concurso público para facilitar la infraestructura técnica del canal múltiplex para la prestación del servicio portadordifusor.
2. Explotar directamente el servicio público objeto de la concesión.
3. Emitir la programación de televisión en abierto.
4. Explotar los servicios adicionales que proporcionalmente le correspondan en las mismas condiciones que el resto de los operadores con los que comparta el canal múltiplex destinado a la cobertura de la demarcación asignada, bien en abierto, bien en acceso condicional, según los términos de su oferta.

La Mesa de Contratación estaba formada, según lo dispuesto en el concurso, del siguiente modo:

- Presidente: El Secretario General del Consejo de Gobierno.
- Vocales:
 - El Secretario General Técnico de la Consejería de Presidencia.
 - El Director General de los Servicios Jurídicos.
 - El Interventor Delegado de la Consejería de Presidencia.
 - El Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión.
 - El Técnico de Apoyo del Servicio de Radiodifusión y Televisión, como Secretario de la Mesa.

Finalmente, el apartado decimotercero establece el procedimiento de evaluación, uno de los puntos más criticados del concurso. Según dispone la Orden 3019/2004, cada oferta se calificará, hasta un máximo de 10 puntos por criterio, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

1. Pluralidad de la oferta informativa.

2. Información específica de la demarcación correspondiente a cada proyecto.
3. Viabilidad económica del proyecto.
4. Viabilidad técnica del proyecto.
5. Calidad y pluralidad de los contenidos en la programación televisiva.
6. Servicios adicionales ofrecidos.
7. Satisfacción de las diversas demandas y plurales intereses del público.
8. Creación de empleo: Calidad y estabilidad.
9. La promoción social, económica y cultural de la demarcación de cada proyecto.
10. Contribución al desarrollo tecnológico e industrial en la Comunidad de Madrid.

Además, las entidades sin ánimo de lucro parten de una puntuación inicial de 5 puntos, lo que supuestamente debía otorgarles una situación de ventaja dada la naturaleza de su proyecto.

El 14 de enero de 2005 a dos de la tarde se cierra el plazo para la recepción de solicitudes. Especialmente significativa es la concentración de ofertas recibidas para las dos demarcaciones que dan cobertura a la capital: veintisiete ofertas para siete programas que acompañarán a EsMadrid!, la televisión del Ayuntamiento de Madrid. Entre las empresas aspirantes podemos encontrar los principales grupos de comunicación de nuestro país que tratan de conseguir una nueva ventana comercial en un mercado audiovisual tan competitivo como el madrileño, la mayor parte de ellos sin experiencia en el mercado local de televisión:

- Telecinco con Grupo Zeta
- Antena 3 TV, a través de Uniprex TV
- Localia TV del Grupo Prisa

- Cadena COPE
- Kiss TV
- Libertad Digital TV
- European Home Shopping (EHS), cadena europea de televenta.
- Y empresas procedentes del mundo editorial: Prensa Ibérica, Unedisa, Ediciones Intelige

El resto de demarcaciones, que suponen nuevo canales múltiplex, reciben casi noventa solicitudes repartidas de la siguiente manera: Alcalá de Henares (17), Alcobendas (10), Aranjuez (6), Collado Villalba (10), Fuenlabrada (12), Móstoles (14), Pozuelo de Alarcón (15), San Martín de Valdeiglesias y Soto del Real (2) (Teleinforme, 2005: 18).

La resolución del concurso debía publicarse el 1 de marzo pero, finalmente, tras meses de retraso –achacados al volumen de ofertas recibidas–, la publicación de la orden 298/2005 resolverá el concurso de adjudicación. El vicepresidente primero, Ignacio González, anunció el 5 de agosto los nombres de las empresas concesionarias, al mismo tiempo que comunicaba el lanzamiento de un segundo canal autonómico que emitiría con tecnología analógica hasta que se produjera el cese de este tipo de emisiones.

Al mismo tiempo, el vicepresidente de la Comunidad señaló que el Gobierno regional ordenaría el cierre de las 144 emisoras de radio FM ilegales y las 21 televisiones locales, entre las que se encontraban *Canal 33*, *Telesur Madrid*, *Canal 53*, *Tele Cuatro Caminos*, *Pozuelo TV*, *Telemadroño*, *Telelínea*, o *Popular TV Navalcarnero*, que quedaron en posición de ilegalidad después de no presentarse al concurso para obtener la licencia.

Se adjudicaron treinta programas digitales y quedaron desierto cuatro: dos en la demarcación de San Martín de Valdeiglesias y otros dos en la de Soto del Real (Corominas, 2007: 80). La distribución de las treinta licencias de gestión privada de televisión local digital quedó de la siguiente manera:

1. Demarcación de **Alcalá de Henares** (TL01M):
 - Libertad Digital
 - Televisión Digital de Madrid
 - Uniprex Televisión, S.L.U.
2. Demarcación de **Alcobendas** (TL02M):
 - Iniciativas Radiofónicas y de TV, S.L.
 - Televisión Digital de Madrid
 - Uniprex Televisión, S.L.U.
3. Demarcación de **Aranjuez** (TL03M):
 - Canal 7 TV S.A.
 - Kiss TV Digital, S.L.
 - Televisión Digital de Madrid
4. Demarcación de **Collado Villalba** (TL04M):
 - Canal 7 TV S.A.
 - Iniciativas Radiofónicas y de TV, S.L.
 - Televisión Digital de Madrid
5. Demarcación de **Fuenlabrada** (TL05M):
 - Libertad Digital TV, S.A.
 - Televisión Digital de Madrid
 - Uniprex Televisión, S.L.U.
6. Demarcación de **Madrid** (TL06M y TL07M):
 - Canal de Televisión del Arzobispado de Madrid, S.A.
 - Homo Virtualis Digital, S.L.
 - Libertad Digital TV, S.A.
 - Televisión Digital de Madrid
 - Unedisa Telecomunicaciones, S.L.
 - Uniprex Televisión, S.L.U.
7. Demarcación de **Móstoles** (TL08M):
 - Libertad Digital TV, S.A.
 - Televisión Digital de Madrid
 - Iniciativas Radiofónicas y de TV, S.L.

8. Demarcación de **Pozuelo de Alarcón** (TL09M):
 - Canal 7 TV S.A.
 - Iniciativas Radiofónicas y de TV, S.L.
 - Televisión Digital de Madrid
9. Demarcación de **San Martín de Valdeiglesias** (TL10M):
 - Televisión Digital de Madrid
10. Demarcación de **Soto del Real** (TL11M):
 - Televisión Digital de Madrid

El gran vencedor del concurso fue el empresario cinematográfico y presidente del Atlético de Madrid, Enrique Cerezo, quien obtiene diez licencias de un total de once demarcaciones. Ello, dado que la demarcación de Madrid capital es doble, le entrega la posibilidad de crear una emisora autonómica de facto sobre la base de licencias locales. Una decisión polémica si tenemos también en cuenta su falta de experiencia en el sector televisivo. Badillo indica una posible explicación: la participación indirecta del productor cinematográfico, a través de Boomerang TV, en la productora Multipark Madrid –también participada por Caja Madrid y Telemadrid- para poder entender el número de licencias obtenidas en un intento de reflotar la precaria situación de la productora orientada exclusivamente hasta este momento en la producción de programas de cocina (Marzal, 2007:14).

Por su parte, la Iglesia Católica consigue en total cinco licencias: a la del Arzobispado (TMT) se unen las cuatro de Iniciativas Radiofónicas y de televisión (Alcobendas, Collado-Villalba, Móstoles y Alcorcón). A éstas la COPE suma indirectamente las concedidas a Libertad Digital, propiedad de Federico Jiménez Losantos, periodista estrella de la cadena de radio.

<ul style="list-style-type: none"> • TELEVISIÓN DIGITAL MADRID (Enrique Cerezo) <ul style="list-style-type: none"> – Alcalá de Henares – Alcobendas – Aranjuez – Collado Villalba – Fuenlabrada – Madrid capital – Móstoles – Pozuelo de Alarcón – San Martín de Valdeiglesias – Soto del Real • POPULAR TV (Iglesia Católica) <ul style="list-style-type: none"> – Alcobendas – Collado Villalba – Móstoles – Pozuelo de Alarcón – Madrid capital • KISS TV DIGITAL (Blas Herrero) <ul style="list-style-type: none"> – Aranjuez – Madrid capital 	<ul style="list-style-type: none"> • UNIPREX TELEVISIÓN (Antena 3 TV – Onda Cero Radio) <ul style="list-style-type: none"> – Alcalá de Henares – Alcobendas – Fuenlabrada – Madrid capital • LIBERTAD DIGITAL (Federico Jiménez Losantos) <ul style="list-style-type: none"> – Alcalá de Henares – Fuenlabrada – Madrid capital – Móstoles • CANAL 7 TV (José Frade) <ul style="list-style-type: none"> – Aranjuez – Collado Villalba – Pozuelo de Alarcón • HOMO VIRTUALIS (Intereconomía) <ul style="list-style-type: none"> – Madrid capital • UNEDISA TELECOMUNICACIONES (El Mundo) <ul style="list-style-type: none"> – Madrid capital
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Gráfico 34: Empresas adjudicatarias de las licencias de TDT en la Comunidad de Madrid.
Fuente: elaboración propia sobre Orden 298/2005.

Por el contrario, los resultados del concurso no favorecieron al grupo Prisa. De hecho, Localía TV no obtuvo ninguna de las ocho licencias a las que presentó, viéndose obligado a cerrar los centros de producción que tenía abiertos en la región (Alcalá de Henares Alcobendas, Fuenlabrada, Getafe, Leganés y Collado Villalba) –con los que llevaba operando más de cinco años- y manteniendo únicamente los estudios centrales en la capital. También quedan fuera, entre otras, las ofertas presentadas por Telecinco y Grupo Zeta.

La decisión del Gobierno regional suscitó un amplio debate. En primer lugar, la controversia se centra en el signo ideológico de las empresas que resultaron concesionarias. PSOE e IU consideran que las licencias se concedieron "por amiguismo" y sin que primara la pluralidad informativa. El Secretario de Comunicación del Partido Socialista de Madrid, Miguel Ángel Sacaluga aseguraba "que la Comunidad de Madrid ha anunciado la adjudicación de los 40 nuevos canales de televisión digital terrestre 'agostismo, alevosía y semiclandestinidad para encubrir la falta de pluralidad, el sectarismo y el caciquismo de dichas adjudicaciones" (El Mundo, 06/08/2009).

Por otro lado, el anuncio de un segundo canal autonómico analógico fue considerado como un desafío por parte del Gobierno regional al Ministerio de Industria, ya que recientemente el Gobierno central había desestimado la petición cursada por el entonces director general de Telemadrid, Manuel Soriano, para emitir en analógico la señal de LaOtra, que venía emitiendo en digital desde 2001.

El resultado del concurso puede parecer cuestionable si tenemos en cuenta de que, no sólo la mayoría de los operadores ya consolidados en el mercado local no consiguen licencia para continuar sus emisiones en digital sino que, al mismo tiempo, la mayoría de los adjudicatarios carece de experiencia en el sector televisivo local. De hecho, es importante resaltar que en el momento de resolución del concurso, sólo dos emisoras –Canal 7 y TMT Popular TV- venían emitiendo. Pese a que las experiencias locales de televisión en nuestra Comunidad no posean el peso específico de las emisoras catalanas o andaluzas, nuestras televisiones 'históricas', cuyo ejemplo más representativo puede ser Tele K, y que venían operando en la región desde los años noventa, quedan fuera de las licencias digitales. Todo ello, a pesar de que la Ley de Ondas Terrestres primaba las emisoras que estuvieran emitiendo con anterioridad a 1995.

Por otro lado, hay que destacar un significativo grado de concentración, no sólo por el número de licencias obtenidas por Enrique Cerezo, sino sobre todo por la vinculación de los concesionarios a los grupos multimedia ya presentes en otros mercados de medios de comunicación (prensa, radio y televisión). En este sentido destaca que “más de la mitad de las concesiones (16) se encuentran vinculadas a estos grupos” (Corominas, 2007:80).

Concesionario	Parte de mercado población	Población bruta
Televisión Digital de Madrid	19,3%	5.615.076
Libertad Digital	16,01%	4.659.299
Popular TV	15,19%	4.420.214
Uniprex	15,04%	4.378.107
Kiss TV Digital	11,11%	3.233.666
Intereconomía	10,63%	3.093.061
Unedisa Telecomunicaciones	10,63%	3.093.061
Canal 7 Televisión	2,09%	608.379

Tabla 35: Reparto de la TDTL en Madrid por tamaño del mercado-audiencia.
Fuente: Badillo (Marzal, 2007:13)

Según este gráfico, constatamos que siete empresas tienen la posibilidad de prestar los servicios de TDT local para más de tres millones de personas. Un hecho que parece ser contrario a la naturaleza de la televisión local propugnada por la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestre, que circunscribía este tipo de emisoras al ámbito de un municipio.

Por otra parte, podemos observar que un único empresario, Enrique Cerezo, tiene la capacidad de poder alcanzar al total de la población planificada en el PTNTDTL para nuestra Comunidad, unos 5,6 millones de madrileños, acaparando así un 20% del mercado.

Además, es curioso observar que una empresa emergente en el mercado, Libertad Digital TV, versión televisiva de su homóloga página web, obtenga licencias para poder dar servicio a más de cuatro millones y medios

de habitantes a pesar de no tener experiencia previa. Por el contrario, una de las televisiones más populares en Madrid y con experiencia analógica anterior, Canal 7 Televisión, no sólo no obtuvo licencia digital para la capital, sino que su capacidad de cobertura se restringe a 608.379 personas.

Las reacciones a la decisión del Gobierno regional no se hacen esperar y distintos colectivos –partidos políticos, operadores y asociaciones de televisiones locales- inician acciones legales para obtener la anulación del concurso. La presentación de estos recursos contenciosos administrativos se basan en la falta de transparencia en la concesión de los títulos habilitantes, que se realizó sin consultar al Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid, la concesión de una televisión “regional” a 8MadridTV y, sobre todo, en las consecuencias negativas para el empleo que, según cálculos de la Asociación de Televisiones Locales de la Comunidad de Madrid, repercutirá en la pérdida de 342 puestos de trabajo (Europa Press, 07/08/2005).

El 11 de agosto el Consejo Audiovisual de Madrid impugna cautelarmente la adjudicación de licencias de TDT local por haberse hecho sin el preceptivo informe este Consejo, lo que Manuel Núñez Encabo, vocal de este organismo, considera como “un error de procedimiento fundamental pero subsanable”. Según el consejero “el Ejecutivo de Esperanza Aguirre no ha actuado legalmente porque, según la legislación vigente el Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid debe ser convocado para elaborar el informe preceptivo y no vinculante que en este caso no se ha realizado” (Mundoplus, 11/08/2005).

Estas acciones legales se acompañaron, al mismo tiempo, con una manifestación de protesta ante la Comunidad de Madrid secundada por las asociaciones de vecinos de Vallecas, la Cofradía Marinera del Distrito y la Asociación de Peñas Rayistas, y con el apoyo de PSOE, IU, los sindicatos Comisiones Obreras y UGT, la Federación Regional de Asociación de Vecinos de Madrid (FRAVM) y la Asociación de Usuarios de la Comunicación.

3.2.2.1. Las empresas adjudicatarias

Como ya hemos comentado, sólo dos de las ocho empresas que resultaron adjudicatarias de las licencias de TDT local de la Comunidad de Madrid venían emitiendo con anterioridad a la convocatoria del concurso: Canal 7TV, que ha perdido la posibilidad de emitir en la capital a pesar de ser una de las emisoras con mayor tradición y una de las más a nivel nacional; y TMT de Popular TV. Dado que ambas han sido estudiadas en el apartado anterior, como televisiones locales analógicas, nos centraremos en el análisis de las nuevas empresas resultantes del concurso.

3.2.2.1.1. 8Madrid TV⁵⁹

Fundada por Enrique Cerezo, el mayor productor y distribuidor de cine en España, 8 MadridTV nace con vocación de una cadena de Televisión Digital Terrestre con cobertura en toda la Comunidad de Madrid. Con una filmoteca de más de 3.000 títulos la filosofía del canal es la de constituirse como el “primer canal de cine gratis”. La mezcla de estilos (cine español clásico y contemporáneo, cine internacional o cine de adulto) han convertido a esta emisora en el canal de cine más visto de la Comunidad de Madrid. Además, hay que destacar que la cadena emite cine sin cortes publicitarios en un 80%.

Según datos de Sofres facilitados por la Empresa, 8 Madrid TV consiguió durante abril de 2008 901.000 espectadores, lo que le coloca por delante, en media de espectadores, de canales temáticos como TCM o Canal+. Además, hay que resaltar que compite directamente con los canales generalistas, obteniendo sus mejores resultados durante el *prime time* de los días laborables, y en la sobremesa y tardes de los fines de semana.

⁵⁹ <http://www.8madrid.tv>

El resto de la programación del adjudicatario está compuesta por series ('Calor tropical', 'Daniel Boone', 'Los Roldán'), dibujos animados ('Las auténticas aventuras del Profesor Thompson'), programas de cocina ('Para comerte mejor'), además de telenovelas como 'Rebeca'.

Por otro lado, para completar su parrilla, 8Madrid TV firmó el pasado mes de abril un acuerdo con CRN, empresa especializada en la producción de noticias, y que se concretó con el lanzamiento el 19 de mayo de los primeros servicios informativos para la Comunidad de Madrid. La cadena emite, de este modo, cinco espacios de noticias de media hora de duración con toda la información sobre la Comunidad y que se alternará con la programación cinematográfica en abierto de la cadena.

3.2.2.1.2. Iniciativas Radiofónicas y de Televisión⁶⁰

Además de consolidar en la capital TMT, la emisora del Arzobispado de Madrid, que venía emitiendo desde en analógico, la empresa del Grupo COPE refuerza su presencia en la Comunidad con la obtención de cuatro licencias más en las demarcaciones de Alcobendas, Collado Villalba, Móstoles y Pozuelo de Alarcón. Popular TV es una televisión que puede sintonizarse además a través de Digital+, de ONO, de Imagenio y de los satélites Hispasat y Astra; y que también cuenta con 108 canales repartidos por España.

Al mismo tiempo, Popular TV se une al fenómeno *YouTube* y la cadena ha abierto un canal en el portal de vídeos más popular de Internet. De este modo, la televisión del Grupo COPE se ha convertido en la tercera española en subir extractos de sus programas al conocido portal. Anteriormente lo han hecho Antena 3 y Cuatro.

⁶⁰ <http://www.populartv.net>

3.2.2.1.3. Libertad Digital TV⁶¹

Es un canal de televisión con vocación de información y opinión y que empezó sus emisiones TDT en pruebas sólo en la Comunidad de Madrid – demarcaciones de Alcalá de Henares, Fuenlabrada, Madrid y Móstoles-, el 19 de octubre de 2006, y posteriormente inicia sus servicios informativos y programación regular el 15 de enero de 2007.

Posteriormente, consigue licencias en la Comunidad Valenciana – demarcaciones de Elche (Alicante) y de Alcira, Sagunto y Torrente (Valencia)- y en la Región de Murcia –demarcaciones de Cartagena, Lorca y Murcia. A pesar de su licencia de TDT local, el canal también puede verse en todo el país a través de su canal en el portal de videos en *Youtube* y por cable, con ONO e Imagenio de Telefónica.

La plantilla del canal se nutre de periodistas y colaboradores que provienen tanto del portal digital que da nombre al canal como de la emisora de radio COPE, tales como Federico Jiménez Losantos (accionista del precursor diario electrónico), César Vidal o Luis del Pino.

La parte más importante del canal reside en los programas informativos: emite dos ediciones de informativos denominados 'Noticias en Libertad' a los que se suman los informativos locales para cada Comunidad Autónoma. Además, posee programas especializados como 'Conectados' (sobre tecnología multimedia), 'Caso abierto' (sobre sucesos) o 'Economía para todos' entre otros. La oferta informativa se complementa con debates, tertulias, y espacios personales como 'La hora de Federico', en el que el locutor radiofónico trata de imprimir su punto de vista a la actualidad con comentarios políticos y entrevistas.

Otros de los contenidos del canal son un espacio de zapping, programas para la tercera edad como 'Vivir con Júbilo', documentales como el espacio de César Vidal 'Corría el año', programas de novela negra y cine.

⁶¹ <http://www.libertaddigital.com>

3.2.2.1.4. Uniprex TV⁶²

Bajo la marca comercial Ver-T, el 4 de septiembre de 2006 se inician las emisiones del nuevo canal de televisión local del grupo Antena 3 TV para la Comunidad de Madrid en las demarcaciones de la capital, Alcalá de Henares, Alcobendas y Fuenlabrada. El proyecto de Uniprex TV pretende ofrecer al espectador un concepto de canal de servicio público en el que primen "ante todo la pluralidad, la proximidad, y lo que es más importante, la participación de los espectadores, llamados a convertirse en los principales artífices de nuestra programación".

Para ello, ofrece una programación basada en series y programas de éxito –ya emitidos por el Grupo- y que se completan con debates, tertulias, programas denuncia, etc., que buscan el objetivo de satisfacer los gustos de un público familiar.

3.2.2.1.5. Unedisa Telecomunicaciones⁶³

Empresa del grupo El Mundo, pone en marcha en enero de 2008 iniciativa sin precedentes en ninguna televisión del mundo (Producción Profesional, 2008:12). Traslada, gracias a su asociación con Vauhgan Systems – empresa especializada en la enseñanza del idioma inglés-, la fórmula radiofónica de un canal para aprender inglés. Así nace Aprende Inglés TV, un canal de televisión con vocación de ser una "televisión formativa, beneficiosa y de utilidad social, a la última en diseño, en técnicas de enseñanza y en tecnología. Una televisión de interés público y de interés para el público".

Aprende Inglés TV es un canal dedicado única y exclusivamente a la enseñanza del idioma 24 horas al día, a través de una programación amena pensada para todos los niveles. Además de recibirse en la demarcación de

⁶² <http://www.ver-t.es>

⁶³ <http://www.aprendeingles.com>

Madrid Capital, sus emisiones pueden ser seguidas a través de TDT en Valencia, Castellón, Elche, Benidorm y Baleares, así como en el resto de España a través de Imagenio.

3.2.2.1.6. Kiss TV⁶⁴

Kiss TV España es una cadena de televisión de programación musical del grupo Kiss, que también posee la emisora de radio Kiss FM, propiedad a su vez del empresario Blas Herrero. Al igual que ésta, mezcla canciones de los últimos cuarenta años de género romántico, baladas, pop, algo de *Rock* y *Rhythm & Blues* en inglés y en español, además de informativos de dos minutos de duración desde las ocho de la mañana hasta las doce de la noche.

Las emisiones en pruebas comenzaron en marzo de 2006 cuando se mostraba una carta de ajuste con el logo y el nombre de la emisora, pudiéndose escuchar el audio de Kiss FM, aunque posteriormente se cambiaría por un bucle promocional. Sus emisiones regulares comenzaron en octubre de ese mismo año.

Actualmente, Kiss TV emite en las demarcaciones de Madrid capital y Aranjuez, y en Internet a través de su página web. Se espera que próximamente comience a emitir en Extremadura donde han conseguido una licencia de TDT.

3.2.2.1.7. Intereconomía TV⁶⁵

Es un canal de información económica y bursátil en español perteneciente al Grupo Intereconomía. Nace a finales del mes de mayo de 2005 cuando el Grupo compra los activos de Expansión Televisión, del Grupo Recoletos, emisora que había dejado de emitir unos días antes. La operación

⁶⁴ <http://www.kisstelevision.es>

⁶⁵ <http://www.intereconomia.tv>

se enmarcó dentro de los planes del presidente del grupo, Julio Ariza, de hacer un bloque mediático que aunara otros activos del grupo como su emisora Radio Intereconomía.

La cadena se lanzó en julio del mismo año a través de la misma frecuencia de Expansión TV en Digital+, y por parte de la cadena de TDT Veo TV como emisión en pruebas hasta el comienzo de las propias emisiones regulares del canal. Actualmente las emisiones de este canal llegan a sus espectadores a través de la televisión digital terrestre, por satélite, cable (ONO, Euskaltel, Cable Murcia, Aotec), Imagenio e Internet.

Intereconomía TV tiene como objetivo ser la referencia en España de la información política, social y económica. Para ello cuenta con la experiencia de más de doce años del Grupo Intereconomía en diferentes medios de comunicación y el liderazgo en varias áreas. Desde sus inicios en la radio hasta la actual producción de contenidos para gráfica, televisión, radio e Internet.

El grupo también dispone de una cadena de radio analógica y otra digital, varias publicaciones y portales en Internet, la agencia de noticias Fax Press y la editorial Homo Legens.

Intereconomía televisión es el único canal financiero realizado y producido en España que ofrece toda la información sobre los mercados, las empresas, la economía global y las oportunidades de inversión y de negocio en tiempo real. La programación del canal temático se compone de conexiones en directo con las Bolsas más importantes del mundo, comentarios de los analistas más prestigiosos y entrevistas con los protagonistas de la actividad económica española e internacional. La oferta de programas se completa con espacios de información política.

Según Sofres, Intereconomía TV se sitúa actualmente en más de 900.000 de espectadores de audiencia media acumulada, superando la cifra de 1.200.000 espectadores en algunos días⁶⁶.

⁶⁶ Datos ofrecidos por la propia cadena.

Accionista de Net TV, y tras la incorporación en el mismo de The Walt Disney Company Iberia como socio estratégico y proveedor de contenidos, en febrero de 2008 se firmaron acuerdos de producción para que Intereconomía TV sustituya a Net TV y Fly Music, segundo canal de Net TV, desaparezca y se convierta en Disney Channel.

3.2.3. La reorganización: cese de las emisiones analógicas de televisión.

A punto de expirar el período transitorio de seis meses por el cual las televisiones locales que no hubieran obtenido licencia digital debían dejar de emitir, el Tribunal Superior de Justicia de Madrid admitió a trámite en febrero de 2006 el recurso interpuesto por TeleK y otras televisiones locales de Madrid contra la resolución del concurso de explotación de las licencias digitales de televisión local.

De esta manera, la situación de estas televisiones locales varía significativamente, ya que éstas no se ven obligadas a cesar sus emisiones de manera inmediata, tal y como estaba previsto en las bases del concurso. Estas emisoras podrán seguir emitiendo hasta que se produzca un fallo definitivo sobre el proceso, un plazo que Francisco Pérez, director de TeleK y presidente de la Asociación de Televisiones Locales de la Comunidad de Madrid, calcula podría extenderse entre dos o tres años (Mundoplustv, 02/2006).

Por otra parte, Localia interpuso un recurso de amparo judicial en demanda de medidas cautelares que eviten el fin de emisiones por imperativo legal de las emisoras de Localia en la Comunidad de Madrid, previsto para el pasado 5 de febrero. La resolución del concurso madrileño fue recurrida en su día por la televisión de Pretesa, pero esa medida no paralizaba la aplicación legal del final de emisiones. Sin embargo, ha sido presentado un nuevo recurso, en este caso de amparo, en petición de medidas cautelares que paralizen efectivamente la ejecución de la normativa argumentando la no emisión de los informes que avalaban la resolución del citado concurso por parte de la Comunidad ante las peticiones de Localia.

No obstante, el pasado mes de abril se hace pública la noticia de que el Tribunal Supremo ha negado a Localia TV Madrid, Tele Alcalá y Productora Digital de Medios Audiovisuales la suspensión provisional de la concesión de licencias de TDT local acordada por la Comunidad de Madrid. Sin embargo, el

Tribunal Superior de Justicia de Madrid negó esta petición alegando que, de llevarse a cabo la medida cautelar, se causaría también un perjuicio irreparable a las cadenas que han logrado las licencias, cuyos intereses consideró prevalentes (PRNoticias, 11/04/2008). Examinado el recurso, el Supremo ha considerado que es formalmente correcto dar prioridad a los intereses de quienes han resultado favorecidos por la adjudicación.

3.2.3.1. El papel del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid.

2.2.3.1.1. Los Consejos Audiovisuales en España

El Consejo de Europa insta en el año 2000 a los estados miembros a la creación de entidades reguladoras independientes en materia audiovisual (Ramírez Alvarado, 2005:3). El *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (Francia), los *Ländersmedienanstalten* (Alemania), *Independent Television Comision* (Reino Unido) o la *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazione* (Italia) son algunos ejemplos representativos de autoridades independientes que, según los países, son competentes en la asignación de frecuencias, el control de los contenidos o la imposición de sanciones. Sólo pequeños Estados como el Vaticano, San Marino o Mónaco, son excepciones a la regla.

España, por tanto, es un caso paradigmático. Ante la falta de una autoridad nacional independiente del poder político, uno de los retos legislativos en materia audiovisual, en España se han ido creando autoridades de este tipo a nivel autonómico. Cinco Comunidades Autónomas han creado, con distinto éxito, Consejos Audiovisuales: Cataluña, Navarra, Andalucía, Galicia y Madrid.

El primero fue el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) que se creó en 1996 con la “velar en el ámbito de lo audiovisual por el respeto a los derechos y las libertades, además de garantizar el cumplimiento de la normativa reguladora de la programación y la publicidad, asegurar el cumplimiento de las condiciones de las concesiones y la observación de la

normativa europea y de los tratados internacionales relativos a esta materia" (Idem:4).

Garantizar y promover el respeto a los valores y principios constitucionales, con especial, la protección del pluralismo, la juventud y la infancia son las funciones principales del Consejo Audiovisual de Navarra (CAN), creado en virtud de la Ley Foral 18/2001.

El Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y del Audiovisual de Galicia, el Consejo Superior Andalúz del Audiovisual y el Consejo del Audiovisual de la Comunidad de Madrid completan las iniciativas que se han puesto en marcha en nuestro país en este sentido. Todas estas autoridades audiovisuales, independientes de los distintos poderes políticos, se caracterizan por (Escobar, 2005:144):

1. Ser entes públicos que actúan con independencia de las Administraciones públicas.
2. Componerse de miembros elegidos por el Parlamento entre personas de reconocido prestigio en el sector y que puedan ofrecer garantías de independencia. Su cesión en el cargo sólo puede realizarse por "expiración del plazo de mandato, renuncia, fallecimiento, incapacidad permanente, incompatibilidad sobrevenida o inhabilitación para el ejercicio de cargos públicos, o condena por delito doloso".
3. Adoptar sus decisiones por mayoría simple salvo en aquellos casos señalados por la ley en los que se precisa la mayoría absoluta.
4. El control externo a este tipo de consejos se reduce al control económico y financiero previsto para las administraciones públicas.

No obstante, se aprecian diferencias considerables, tanto en sus funciones como en su organización interna. De este modo, Escobar clasifica estos organismos en dos tipos de consejos audiovisuales. Por un lado, aquellos que responden a las características de "autoridades independientes reguladoras", entre las que podríamos incluir el CAC y el CAN. Y, por otro,

aquellas autoridades cuya función es primordialmente asesora y arbitral, como sucede en el caso del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid.

2.2.3.1.2. El Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid

El Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid, constituido en 2001, formó parte hasta su cese en 2006 de las autoridades audiovisuales en España que tienen encomendada "diferentes labores relacionadas con la supervisión y el control del sector audiovisual" (Escobar, 2005:141).

Fruto de la Ley 2/2001, de 18 de abril, el Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid se crea como un órgano asesor al Gobierno autonómico "desarrollando además funciones de seguimiento, vigilancia y control de los contenidos audiovisuales en el marco de las competencias que respecto de los servicios de televisión posee la Comunidad de Madrid".

Formado por once miembros, éstos son nombrados por el Gobierno de la Comunidad, y su funcionamiento interno se produce de la siguiente manera:

- El cargo de Presidente del Consejo es prestado por el Consejero de Presidencia, consejería dentro de la que está enmarcado este organismo.
- Los nueve vocales son nombrados entre representantes de la Administración y de los diferentes grupos de interés del sector audiovisual, teniendo en cuenta:
 - o Tres vocales designados por la Asamblea de Madrid a propuesta de los partidos políticos.
 - o Cuatro, propuestos por el Consejo de Presidencia y que son: el Asesor de Cine de la Consejería de las Artes y los titulares de las Direcciones Generales de la Mujer, Salud Pública y Juventud.

- Un vocal por la Oficina del Defensor del Menor y otro, representante de las Organizaciones de Consumidores y Usuarios (OCU).
- Por último, un Secretario del Consejo por la Consejería de Presidencia y que ha ocupado el Jefe de Servicio de Radiodifusión y Televisión.

Es un organismo adscrito a la Administración autonómica –aunque no dependiente jerárquicamente-, ya que no posee personalidad jurídica propia, como tampoco posee presupuesto o patrimonio propio. Asimismo, hay que considerar que sus informes tienen un alcance muy limitado, ya que no son vinculantes y el cumplimiento de sus informes depende de los sujetos implicados.

Además de las funciones de asesoramiento y arbitraje, el Consejo audiovisual de la Comunidad de Madrid tiene asignadas otras funciones complementarias:

- Atender a las demandas y sugerencias planteadas por los usuarios de los medios de comunicación.
- Ser garante del pluralismo, los derechos fundamentales, el respeto a la infancia y los derechos de autor.
- Vigilar los contenidos audiovisuales y las emisiones de publicidad.
- Ser informado sobre las licencias concedidas por la Comunidad de Madrid para la prestación de servicios audiovisuales, sin que participe activamente en dicho procedimiento.

El conflicto con el Gobierno regional –que supondrá finalmente su desmantelación-, se inicia con el otorgamiento de las licencias de TDT local en agosto de 2005. La adjudicación de las licencias por parte del Gobierno de Esperanza Aguirre se realizó sin consultar a este organismo. Si bien el informe del Consejo Audiovisual de nuestra comunidad no es vinculante para el gobierno regional, sí que debía haber sido consultado, como establece la Ley

2/2001, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales. Precisamente, este fue el criterio utilizado para solicitar mediante un recurso contencioso-administrativo la nulidad del concurso de adjudicación.

La propia estructura del Consejo, así como las funciones atribuidas, limitan notablemente el papel que esta autoridad independiente tenía con respecto al sector en general, pero principalmente en las cuestiones relacionadas con la asignación de las frecuencias de TDT locales. Un punto crítico en el que las autoridades independientes juegan un papel fundamental a la hora de restringir las injerencias de los diferentes gobiernos en el devenir de los medios de comunicación. No es sólo que el Gobierno autonómico no concediera un papel activo al Consejo en este proceso concesional, es que ni siquiera le consultó sobre la idoneidad de las empresas que se presentaron al concurso. Parece pues paradójico que la Comunidad de Madrid creara un organismo independiente en lo referente al sector audiovisual, pero vacío en cuanto a sus funciones. De hecho, según Núñez Encabo, miembro del Consejo, "este organismo no se ha reunido nunca desde que Aguirre se convirtió en presidenta de la Comunidad de Madrid" (El País, 11/08/2005).

Las críticas vertidas desde el Consejo acrecentaron la tensión en las relaciones con la Administración autonómica, por lo que, mediante la Ley 2/2006, de 21 de junio, el Gobierno de Esperanza Aguirre decidirá poner fin a este Consejo con apenas cinco años de existencia, argumentando paradójicamente la eliminación de "cualquier obstáculo a la libertad de expresión y de impedir la existencia de barreras a su ejercicio". De este modo, la Comunidad de Madrid pretende "situarse en a la vanguardia de las libertades públicas, como una Comunidad abierta y tolerante, que sitúa los derechos y libertades de los ciudadanos por encima de cualquier otro interés". Firma así la supresión del Consejo Audiovisual y de la Comisión Técnica Audiovisual de esta Comunidad.

La reciente sentencia del Tribunal Supremo de Madrid, que será analizada a continuación, no hace sino dar la razón a la Comunidad de Madrid, dado que

el informe del Consejo Audiovisual de Madrid no es preceptivo. Corresponde a la Comunidad decidir la consulta a este organismo.

3.2.3.2. Cierre Localia TV

Pendiente de la resolución de la demanda interpuesta contra la Comunidad de Madrid, el pasado 13 de noviembre de 2008 se hace público el cierre de red de televisiones de Localia TV. Se produce así el cese de las emisiones de más de un centenar de emisoras repartidas por la geografía nacional y que afectará a unos 250 y 300 trabajadores, que negociarán con la empresa su marcha o reubicación en otras empresas del Grupo Prisa. En un comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, Prisa afirma que "ante las dificultades e incoherencia que presenta el marco regulatorio actual, por la saturación de licencias de TDT y el desordenado desarrollo del sector, que imposibilitan la viabilidad del proyecto" (La Vanguardia, 13/11/2008).

La crisis económica por la que atraviesa nuestro país, la deuda creciente de la empresa que había alcanzado los 4.800 millones de euros y "la caída de la inversión publicitaria, sin perspectivas de recuperación a corto y medio plazo" son algunos factores que se acreditan para justificar el cierre de la red.

Este documento concluye que "el incumplimiento de los plazos en la concesión de licencias, y la arbitrariedad política con la que se han resuelto algunos concursos de TDT regional han agravado la situación de forma determinante". Es por todo ello que el Consejo de Administración decide el cierre definitivo de las emisoras que pertenecen a Pretesa.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que este cierre no afecta a aquellas emisoras que tuvieran un acuerdo de asociación con Prisa pero cuyo accionariado fuera totalmente independiente. De hecho, Alhambra RTV (hasta el momento, Localia Granda) y Canal Bizcaia se han apresurado a

aclarar que sus emisiones continuarán en virtud de las licencias de TDT local que obtuvieron en sus respectivas comunidades (Telecinco, 13/11/2008).

Y, en medio de esta situación, el 28 de noviembre de 2008 el Tribunal Superior de Justicia, Sala de lo Contencioso Administrativo Sección Octava, notifica la anulación de la Orden 298/2005, de 5 de agosto, que hacía públicas las licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid. De esta forma, y con carácter retroactivo se anula la decisión tomada por la mesa de contratación y se solicita “en el plazo de un mes desde la fecha de notificación de esta sentencia, se acompañe de dicha propuesta la ponderación de los criterios recogidos en la cláusula decimotercera del pliego con arreglo a los cuales ha realizado la baremación y, a su vista, con libertad de criterio y en el plazo máximo de otro mes, el órgano de contratación adopte la decisión que estime procedente.

La demanda, interpuesta por Localía TV Madrid, Comunicación y medios audiovisuales Telealcalá y Productora Digital de Medios Audiovisuales, por un lado, y Telenoroeste, por otro, –todas ellas cadenas participadas o propiedad de Pretesa- contra la decisión de la Comunidad de Madrid para la adjudicación de concesiones de TDT local argumentaba los siguientes motivos para solicitar la impugnación del resultado:

- No haber sido dictada por el órgano competente de acuerdo con el Pliego de condiciones del concurso y de la Ley 1/1983, de Gobierno y Administración de Madrid. En este caso, le corresponde a la Vicepresidente Primero, Portavoz y Consejero de Presidencia tomar las decisiones de contratación. No obstante, en el momento de resolución del concurso –agosto de 2005- dichos órganos se habían separado, siendo el titular de la Consejería el competente en materia audiovisual. Así, el Tribunal no aprecia motivo para la anulación formal de la mesa de contratación.
- No reflejar debidamente en las actas los datos relevantes de las reuniones, a lo que el Tribunal contesta que “la parquedad de las

Actas no supone infracción de las reglas de funcionamiento de la Mesa, pues no existe precepto alguno que determine su contenido"

- No existir una valoración, ponderación o evaluación de las ofertas presentadas teniendo en cuenta los criterios establecidos en el Pliego.

Al respecto de este último punto, la Comunidad de Madrid en su escrito puntualiza que, como confirmará la sentencia, el informe del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid no es preceptivo y que, en cuanto a los criterios de valoración en relación con la pluralidad informativa, "la CAM ha considerado oportuno primar con más puntos a aquellas empresas con menor implantación efectiva en el sector de la televisión, y puntuar menos a las que venían desarrollando esta actividad, y ello para permitir la entrada de diferentes empresas a las que ya operan en el sector televisivo".⁶⁷

Además, argumenta que la "objetividad que es una característica interna de cada medio, de difícil baremación pues, en cuanto se identifica con la imparcialidad informativa solo puede justificarse con declaración de intenciones sin ningún valor en la práctica. Es por ello que el criterio a puntuar no es la propuesta de objetividad editorial de cada uno de los licitadores, sino el que tiende a asegurar la existencia de variedad de medios de comunicación en la región, lo que se traducirá en una oferta plural y variada de programación.

Sin embargo, la Sección Octava de la Sala de lo Contencioso Administrativo observa que, si bien la decisión viene acompañada de una valoración numérica, dicha puntuación es insuficiente para conocer si los criterios de valoración han sido correctamente apreciados. Por este motivo, exige la "motivación genérica que ha de acompañar a la propuesta de la Mesa, sin la que será imposible [...] conocer los parámetros que han

⁶⁷ Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid nº 2326, de 26 de noviembre de 2008. p. 5.

determinado la mayor puntuación de las adjudicatarias frente a la actora". (Idem:16).

De esta manera, el Tribunal Superior de Justicia de Madrid anula las licencias de TDT locales que en agosto de 2005 el gobierno de Esperanza Aguirre otorgó. La Comunidad de Madrid no va a recurrir la sentencia, pero sí presentará antes de un mes el documento "ampliatorio y aclaratorio" sobre la ponderación de las solicitudes de televisión local. La sentencia no es para el gobierno autonómico desfavorable, ya que sólo advierte la existencia de "un defecto puramente formal".

3.2.3.3. Madrid Digital Terrestre

Las reacciones por parte de las cadenas ya adjudicatarias tampoco se hace esperar. Estas empresas con la licencias de TDT local con cobertura en la Comunidad de Madrid decidieron unirse en un plan conjunto, que se inicia con el transporte de la señal de manera totalmente independiente de otras empresas del sector y con infraestructuras propias y que cristalizará en la Asociación Madrid Digital Terrestre (MDT). Esta asociación sin ánimo de lucro, fundada en 2006, “nace con el ánimo de dar a conocer a todos los madrileños la amplitud y variedad de los contenidos gratuitos a su alcance: en función de su localización, los madrileños pueden disfrutar ya de hasta 40 canales digitales gratuitos”⁶⁸.

Formada por todos los licenciarios de TDT de la Comunidad de Madrid: emisoras locales –excepto Canal 7TV- y los canales autonómicos Onda 6 TV y Telemadrid, busca dar a conocer la nueva oferta de contenidos de la televisión digital terrestre en la Región. En concreto, entre sus objetivos podemos encontrar:

1. El diseño y realización de tareas de difusión, sensibilización y concienciación a los ciudadanos sobre las ventajas de la TDT.
2. La representación institucional de las televisiones regionales y locales ante toda clase de Administraciones Públicas, organismos, instituciones y entidades de cualquier tipo.
3. La Promoción del conocimiento por parte de las comunidades de propietarios de las cuestiones relacionadas con las instalaciones comunitarias para la recepción con tecnología digital.
4. El impulso del desarrollo de las infraestructuras.
5. El apoyo a los planes de encendido de la televisión digital en la Comunidad de Madrid.

⁶⁸ <http://www.madridtdt.com/>

En este sentido, Madrid Digital Terrestre puso en marcha una campaña publicitaria para informar al público madrileño sobre las posibilidades que ofrece la TDT e incentivar la sintonización de los canales digitales. Bajo el lema "Un abanico de canales de TV digital en tu mano. La Televisión de Madrid que pagarías por ver, es gratis" se resalta la variedad de contenidos en abierto que se ofrecen a los ciudadanos madrileños. Esta campaña, que se desarrolló durante los meses de agosto y septiembre de 2007, utilizó soportes de promoción variados, desde recursos gráficos, spots publicitarios hasta cuñas radiofónicas o publicidad en los autobuses interurbanos.



Ilustración 36: Campañas de promoción de Madrid TDT.
Fuente: <http://www.madridtdt.com>



Ilustración 37: Campañas de promoción de Madrid TDT.

Fuente: <http://www.madridtdt.com>

4. Cuestionario Delphi: Análisis de resultados

Como se comentaba en el capítulo 1. 'Introducción', el cuestionario que elaboramos para desarrollar nuestra investigación plantea una prospectiva sobre el sector de la televisión local con especial atención a la Comunidad de Madrid. De esta forma, pretendemos identificar los aspectos que caracterizarán el posible escenario de esta modalidad de televisión en el horizonte temporal de 2012, una vez que se hayan apagado las emisiones analógicas de televisión en España, con independencia del ámbito de cobertura. Estos elementos podrán ser de utilidad para diseñar estrategias empresariales y medidas económicas de apoyo para este mercado.

Durante este capítulo procederemos a realizar un análisis pormenorizado de los distintos resultados que hemos podido extraer del cuestionario inicial que planteamos en la presente investigación, así como las conclusiones que podemos extraer de los mismos. A continuación pasaremos a presentar los resultados globales obtenidos tras la encuesta a realizada a un grupo de expertos en el sector, acometiendo la interpretación de los resultados estadísticos obtenidos.

4.1. Análisis del cuestionario Delphi:

En el gráfico que mostramos a continuación se resumen los principales resultados obtenidos tras completar las dos rondas del cuestionario.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.1.	El apagado de las televisiones locales se producirá con anterioridad al de las televisiones nacionales y autonómicas.	38,88%	55,55%	5,55%	58,82%	41,18%	0,00%
P.2.	El modelo de TDT Local se caracterizará por la emisión multipantalla de los contenidos locales de televisión.	66,66%	33,32%	0,00%	82,35%	17,65%	0,00%
P.3.	La antenización de los hogares españoles supone un grave obstáculo para la implementación de la TDT local.	61,10%	22,22%	16,66%	35,29%	58,82%	5,88%
P.4	El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	49,99%	27,77%	22,22%	41,18%	47,06%	11,76%
P.5	La cobertura y penetración de la TDT en 2010 no alcanzará los objetivos marcados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.	27,77%	49,99%	16,66%	29,41%	58,82%	11,76%
P.6	La antenización de los edificios colectivos permite la correcta visualización de las TDT locales.	49,99%	11,10%	38,88%	41,18%	47,06%	11,76%
P.7	La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.	33,32%	38,88%	27,77%	17,65%	64,71%	17,65%
P.8	La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.	77,77%	22,22%	0,00%	82,35%	11,76%	5,88%

P.9	La transición digital de las emisiones locales de televisión supone consecuencias económicas negativas para las cuentas de explotación de las cadenas de televisión.	49,99%	27,77%	22,22%	47,06%	41,18%	11,76%
P.10.	El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012.	55,54%	27,77%	16,66%	58,82%	29,41%	11,76%
P.11	Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.	38,88%	38,88%	22,22%	29,41%	58,82%	11,76%
P.12	La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.	44,44%	55,55%	0,00%	47,06%	41,18%	11,76%
P.13	La presencia de los grupos de comunicación en el sector de la televisión local desvirtúa el carácter de proximidad de este tipo de emisoras.	33,33%	44,44%	16,66%	11,76%	82,35%	5,88%
P.14	El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.	55,54%	38,88%	5,55%	82,35%	5,88%	11,76%
P.15	Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.	38,88%	49,99%	5,55%	35,29%	64,71%	0,00%
P.16	La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura nacional y autonómica.	22,22%	49,99%	27,77%	0,00%	94,12%	5,88%

P.17	La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.	38,88%	33,32%	27,77%	29,41%	70,59%	0,00%
P.18	La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y la reparto de los gastos de emisión.	33,32%	49,99%	16,66%	17,65%	82,35%	0,00%
P.19	El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.	33,33%	44,43%	22,22%	35,29%	58,82%	5,88%
P.20	La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.	44,44%	44,44%	11,11%	52,94%	17,65%	29,41%
P.21	El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.	44,43%	44,43%	11,11%	23,53%	47,06%	29,41%
P.22	La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	55,54%	27,77%	16,66%	58,82%	29,41%	11,76%
P.23	El concepto de demarcación debilita el carácter de proximidad de las emisiones de televisión local.	44,43%	44,43%	11,11%	41,18%	47,06%	11,76%

P.24	En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.	38,88%	44,44%	16,66%	17,65%	52,94%	29,41%
P.25	La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones 'históricas' que no hubieran obtenido licencia en los concurs	38,88%	33,32%	27,77%	52,94%	23,53%	23,53%
P.26	La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.	29,70%	71,42%	0,00%	5,88%	88,24%	5,88%
P.27	Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.	71,99%	14,85%	14,85%	76,47%	17,65%	5,88%
P.28	El cumplimiento de las funciones del servicio público de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) quedará relegado a las televisiones locales de titularidad pública.	28,57%	42,85%	14,85%	23,53%	64,71%	11,76%
P.29	Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.	55,55%	38,88%	5,55%	64,71%	17,65%	17,65%

P.30	Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.	72,21%	22,21%	5,55%	64,71%	23,53%	11,76%
P.31	Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.	16,66%	61,00%	22,22%	23,53%	58,82%	17,65%
P.32	La pertenencia de una televisión local a una red de emisoras desvirtúa el carácter local de los contenidos de dicha emisora.	61,10%	22,22%	16,66%	47,06%	47,06%	5,88%

A través del estudio estadístico de los datos anteriormente presentados podemos identificar cuatro grupos o zonas de respuesta:

- Amplio consenso: aquellas respuestas en las que claramente el grupo de expertos se posiciona en el acuerdo/desacuerdo. Se trata de aquellas respuestas obtenidas por una mayoría menor del 60% de los expertos encuestados.
- Consenso medio: resultados de acuerdo/desacuerdo sin que exista una de las dos opciones se imponga claramente a la otra. Es decir, aquellas decisiones que se acuerden por un porcentaje menor del 60%.
- No consenso o marcada dicotomía: los expertos no se muestran claramente de acuerdo o en desacuerdo sobre la cuestión planteada o se distribuyen de manera equitativa entre ambos resultados.
- Indeterminación: en la que las opiniones de los expertos no nos permiten extraer claras conclusiones a partir de sus respuestas.

Teniendo en cuenta estas zonas de respuesta podemos observar la siguiente distribución de los resultados obtenidos:

Tipo acuerdo	Ronda 1	Ronda 2
Amplio Consenso	9	14
Consenso Medio	9	12
Dicotomía	9	5
Indeterminación	5	1
Total	32	32

En primer lugar, podemos destacar el descenso significativo en el número de respuestas sin resultados indeterminados o que fueron acordadas en la primera ronda sin un número de expertos suficiente. Como mostramos en el gráfico a continuación, sólo una de las treinta y dos preguntas planteadas inicialmente se mantiene con una respuesta inválida para las conclusiones de esta investigación. Por tanto, la segunda ronda del cuestionario nos ha servido para conseguir el posicionamiento en aquellas respuestas sin resultados esclarecedores. Al tiempo que, del mismo modo, ha servido para que nuestros expertos obtengan un mayor quórum en las respuestas mayoritarias.

Por otro lado, al analizar las respuestas de la encuesta por el tipo de acuerdo alcanzado, observamos que la zona de 'amplio consenso' es la mayoritaria en términos cuantitativos, sino también en su uso, confirmando así los resultados preliminares en catorce de las treinta y dos preguntas planteadas. De esta forma, únicamente en un caso (p.17. 'La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.') este tipo de consenso entre los expertos se utiliza para refutar el resultado inicial.

P.2.	Amplio consenso	Confirmación
P.7	Amplio consenso	Confirmación
P.8	Amplio consenso	Confirmación
P.13	Amplio consenso	Confirmación
P.14	Amplio consenso	Confirmación
P.15	Amplio consenso	Confirmación
P.16	Amplio consenso	Confirmación
P.17	Amplio consenso	Refutación
P.18	Amplio consenso	Confirmación
P.26	Amplio consenso	Confirmación
P.27	Amplio consenso	Confirmación
P.28	Amplio consenso	Confirmación
P.29	Amplio consenso	Confirmación
P.30	Amplio consenso	Confirmación

La mayor parte de las preguntas que han sido refutadas se han obtenido tanto por 'consenso medio' como por 'dicotomía'. Por su parte, podemos afirmar que el 'consenso medio' es el tipo de acuerdo más utilizado para obtener en esta nueva ronda del cuestionario respuestas clarificadoras para cinco preguntas que no consiguieron resultados iniciales significativos.

P.1.	Consenso medio	Refutación
P.3.	Consenso medio	Refutación
P.5	Consenso medio	Confirmación
P.10.	Consenso medio	Confirmación
P.11	Consenso medio	Acuerdo
P.19	Consenso medio	Confirmación
P.20	Consenso medio	Desacuerdo
P.21	Consenso medio	Acuerdo
P.22	Consenso medio	Confirmación
P.24	Consenso medio	Confirmación
P.25	Consenso medio	Confirmación
P.31	Consenso medio	Confirmación

Finalmente, la 'dicotomía' o la falta de consenso es un tipo de acuerdo que, además de ser cuantitativamente poco relevante, se asocia principalmente a aquellos resultados que han sido refutados en esta segunda ronda, así como a la desaparición de la 'indeterminación' de dos de los enunciados iniciales.

P.4	Dicotomía	Refutación
P.6	Dicotomía	Acuerdo
P.9	Dicotomía	Confirmación
P.12	Dicotomía	Refutación
P.23	Dicotomía	Acuerdo

Por otra parte, si estudiamos el contenido de las cuestiones que han sido refutadas por nuestros expertos en esta segunda ronda, podemos apreciar que tres de las cinco preguntas en las que los profesionales encuestados alteraron su respuesta inicial son las cuestiones relacionadas con aspectos técnicos. Mientras que los otros dos resultados refutados de nuestra investigación se refieren a cuestiones económicas.

Procedemos ahora a analizar detalladamente los resultados obtenidos por cada pregunta.

4.2. Interpretación de los resultados

Cuestiones técnicas:

- 1. El apagado de las televisiones locales se producirá con anterioridad al de las televisiones nacionales y autonómicas.**

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	55,55%	5,55%	58,82%	41,18%%	0,00

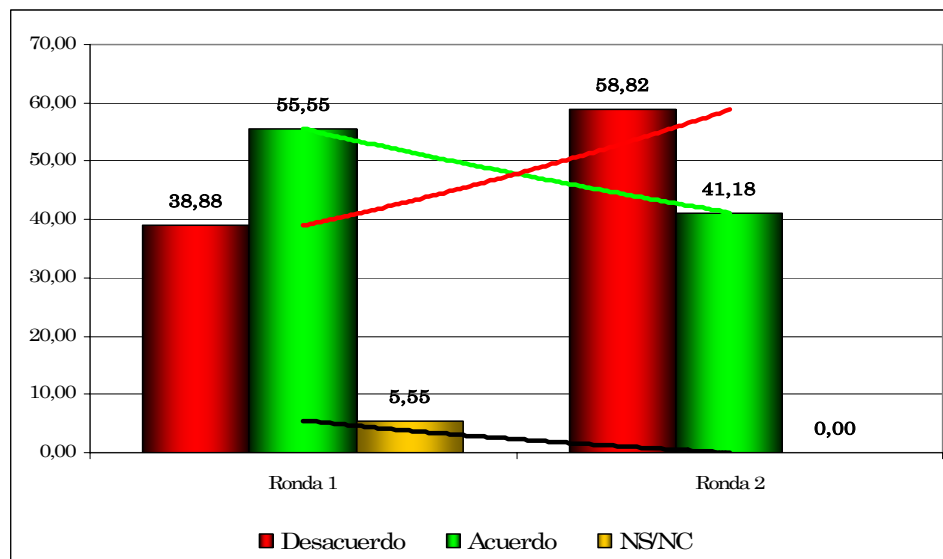
El pasado 1 de enero de 2008 era la fecha establecida por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre Local (PTNTDTL)⁶⁹ para el apagado de las emisiones analógicas de televisión local. Ha pasado más de un año sin que éste se haya producido y sin que la Administración acuerde una nueva fecha para el 'encendido' de las emisiones de TDT local. Todo parece indicar que las emisiones analógicas en el mercado local se producirán al mismo tiempo que las emisiones autonómicas y nacionales.

Al preguntar a nuestros expertos sobre la posibilidad de que la televisión local sea la primera en realizar la transición a la tecnología digital, con el apagado de sus emisiones analógicas, antes que el resto de operadores de televisión de nuestro país, la mayoría de los expertos (55,5%) se muestra de acuerdo con esta posibilidad, manteniendo así su papel de locomotora de la TDT en España.

Sin embargo, este acuerdo no es unánime entre los participantes en el cuestionario, ya que casi un 40% se muestra contrario al enunciado de la pregunta, mostrándose la mayor parte de ellos (27,77%) muy en desacuerdo con esta posibilidad. Es, por tanto, poco concluyente para los resultados de nuestra investigación.

⁶⁹ Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el PTNTDT local y Real Decreto 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el PTNTDT.

Sin embargo, al mostrar los resultados iniciales y preguntar a los participantes de nuevo su opinión, encontramos resultados desiguales. Mientras que en la primera ronda los profesionales encuestados consideraban que el apagado en el ámbito local se produciría antes que en el resto de coberturas –como se marcaba inicialmente en el PTNTDTL–, tras mostrarles los resultados decidieron cambiar su respuesta previa.



De este modo, como muestra el gráfico, la respuesta mayoritaria de los encuestados sufre un cambio radical hacia el desacuerdo. Así, casi un 60% de los expertos considera que el apagado de las emisiones analógicas de televisión local no se producirá con anterioridad al establecido para el resto de las coberturas el próximo 3 de abril de 2010.

La proximidad de la fecha de 'encendido digital' junto con la falta de movimientos de las Administraciones central y autonómica son algunas de las posibles causas que han propiciado este cambio de opinión.

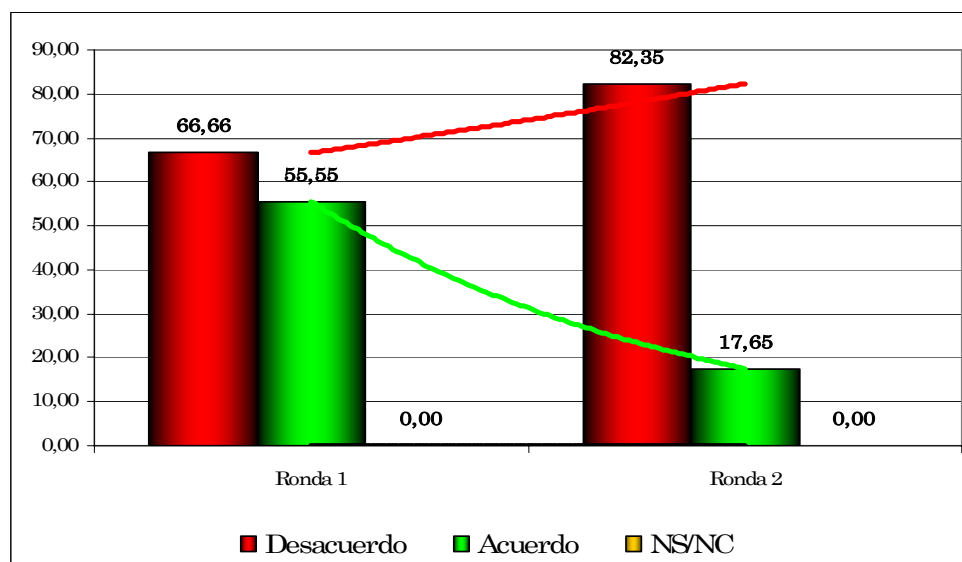
2. El modelo de TDT Local se caracterizará por la emisión multipantalla de los contenidos locales de televisión.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
66,66%	33,32%	0,00%	82,35%	17,65%	0,00%

La necesidad de obtener nuevas fuentes de financiación en un nuevo entorno muy competitivo puede llevar a las televisiones locales a explotar los contenidos en un soporte multipantalla. Ya son una realidad aquellas televisiones que, además de utilizar las ondas hertzianas para llegar a sus espectadores potenciales, aprovechen las oportunidades brindadas por Internet o la telefonía móvil para ampliar las posibilidades de alcance a un público mucho más heterogéneo que el determinado por la demarcación territorial para la que se opera.

No obstante, nuestros expertos están de acuerdo en que este modelo no será el característico de un futuro cercano. Un desacuerdo que es prácticamente unánime en una segunda vuelta de la encuesta. De hecho, el 82,35% de las personas encuestadas considera que este tipo de modelo de negocio que podría suponer nuevos espectadores, ingresos publicitarios, etc., no es el que se plantea como el más probable en un futuro cercano para este tipo de televisión. Así, el gráfico muestra la tendencia creciente del 'desacuerdo' que se impone claramente al acuerdo obtenido por únicamente el 17,65%.

Parece, por tanto, que el modelo de negocio de este tipo de operadores se mantendrá intacto en un futuro próximo. Las televisiones locales mantendrán el mismo modelo de difusión con el que vienen operando desde los años ochenta en nuestro país.



3. La antenización de los hogares españoles supone un grave obstáculo para la implementación de la TDT local.

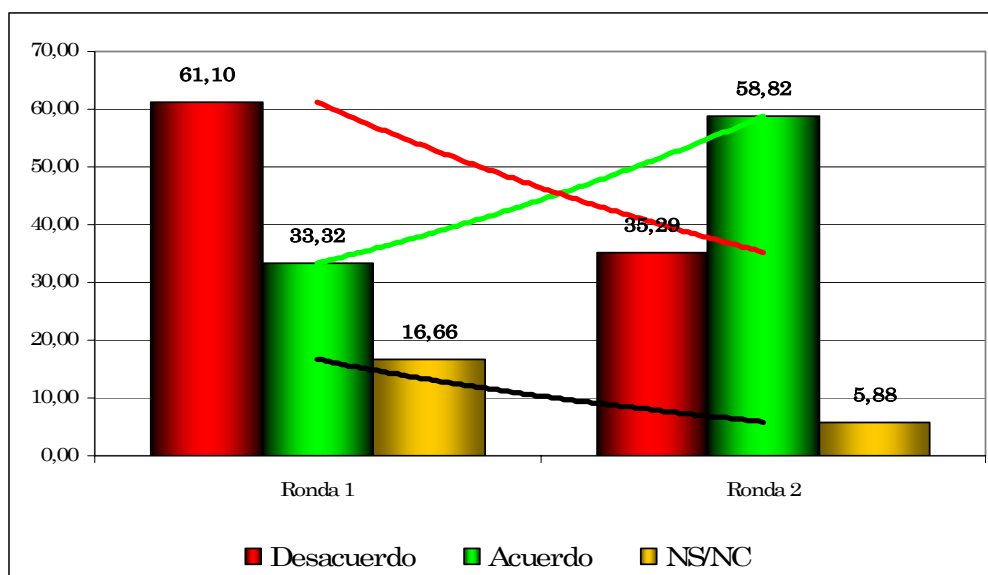
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
61,10%	22,22%	16,66%	35,29%	58,82%	5,88%

Uno de los principales obstáculos en la penetración y consolidación de la TDT es la necesidad de adaptar unos 15,5 millones de hogares en nuestro país. El mapa de la TDT diseñado, tanto por el PTNTDT nacional como por local dejan en manos de la televisión local, a pesar de ser el sector económicamente más frágil, el papel más complicado en el proceso de digitalización de las emisiones, al tener que liderar el cambio y ser el primer ámbito de cobertura en apagar sus emisiones analógicas.

Planteada la cuestión sobre si este tipo de situaciones puede afectar al desarrollo de la televisión local, los expertos, de manera mayoritaria (61,10%), no consideran que éste sea un problema para este mercado. Las campañas de difusión sobre la TDT promovidas por las diferentes Administraciones, los canales de televisión, así como por la asociación para la promoción de la TDT,

Impulsa TDT, se han consolidado como una herramienta fundamental para dar a conocer este proceso de transición a la población española. No obstante, como veremos más adelante, todas estas acciones se consideran insuficientes para poder mantener informada a toda la ciudadanía.

A pesar del 'amplio consenso' conseguido en la primera vuelta del cuestionario, la segunda ha obtenido resultados muy diferentes. Tras conocer el desacuerdo mayoritario obtenido, los expertos han reconsiderado su postura inicial y corregido la respuesta dada. De este modo, como podemos observar el gráfico, se produce un vuelco considerable en las posturas de los encuestados, refutando el desacuerdo inicial.



Así, el 58,82% de los expertos considera en esta ronda que efectivamente la antenización de los hogares supone un grave obstáculo para la recepción de este tipo de canales, reduciéndose en un 25% el desacuerdo. Además, podemos comprobar una disminución de las respuestas 'No sabe/No contesta' posicionándose a favor o en contra del enunciado.

4. El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).

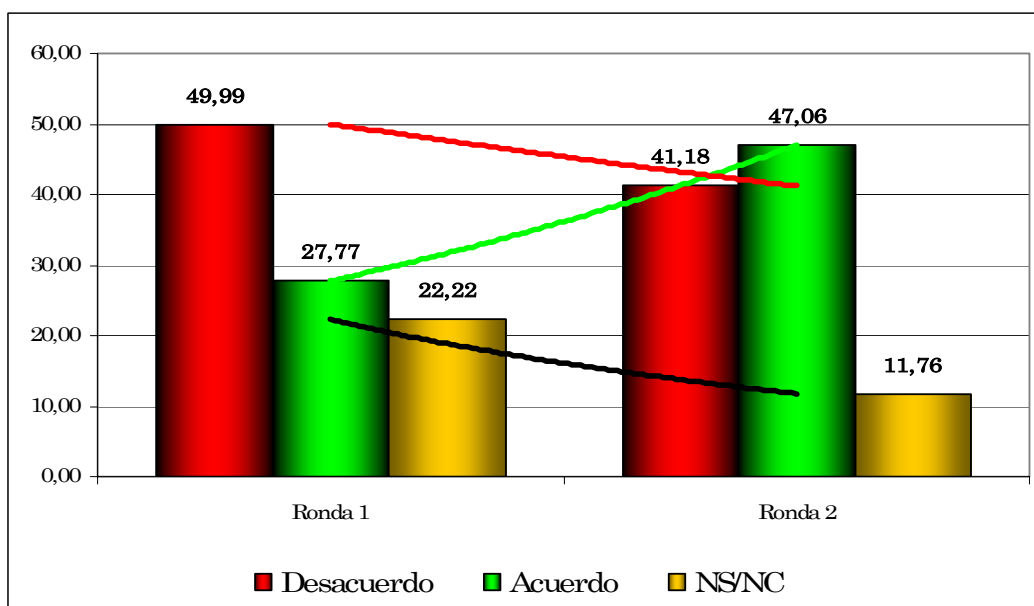
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
49,99%	27,77%	22,22%	41,18%	47,06%	11,76%

Desde que en virtud de la Ley 53/2002, la normalización de la televisión local se decidió acometer desde la digitalización de la misma, los operadores de este sector esperan que, la concesión de las licencias de TDT local primero y el apagado de todas las emisiones analógicas de televisión después, – incluidos los operadores que no obtuvieron licencia digital–, suponga el espaldarazo definitivo para la regularización estable.

En cambio, la mitad de nuestros expertos considera que esta normalización no se conseguirá con el apagado de todas las emisiones analógicas de televisión. De hecho, una tercera parte se muestra en profundo desacuerdo con esta posibilidad.

Tras mostrar a nuestros expertos los resultados obtenidos en la primera ronda y preguntarles si mantenían o no su postura, nos encontramos con algunos cambios importantes. Como muestra el gráfico, podemos apreciar un leve descenso en las respuestas de 'desacuerdo' con el enunciado, al mismo tiempo que crece significativamente el 'acuerdo' desde un 27,77% hasta el 47,06%, consolidándose como la respuesta mayoritaria. Este crecimiento está además alimentado con la reducción de más de diez puntos de la abstención.

Por tanto, la mayor parte de los expertos considera –aunque con una mínima mayoría, que el apagado de las emisiones analógicas conseguirá la ansiada normalización del sector local de televisión.



5. La cobertura y penetración de la TDT en 2010 no alcanzará los objetivos marcados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
27,77%	49,99%	16,66%

RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
29,41%	58,82%	11,76%

A pesar de los halagüeños datos ofrecidos cada mes por Impulsa TDT que hablan de una cobertura del 92,38% de la población española a diciembre de 2008 y la penetración de la TDT del 45,2% de los hogares⁷⁰, existe un consenso medio entre los encuestados acerca de que éstas cifras no serán suficientes para realizar el apagón analógico en abril de 2010. Únicamente una pequeña proporción de los encuestados (22,2%) se muestra favorable a la posibilidad de alcanzar los parámetros establecidos para realizar esta transición de tecnología.

⁷⁰ Datos extraídos del Observatorio de Impulsa TDT. Disponibles en <http://www.impulsatdt.es/observatorio/>

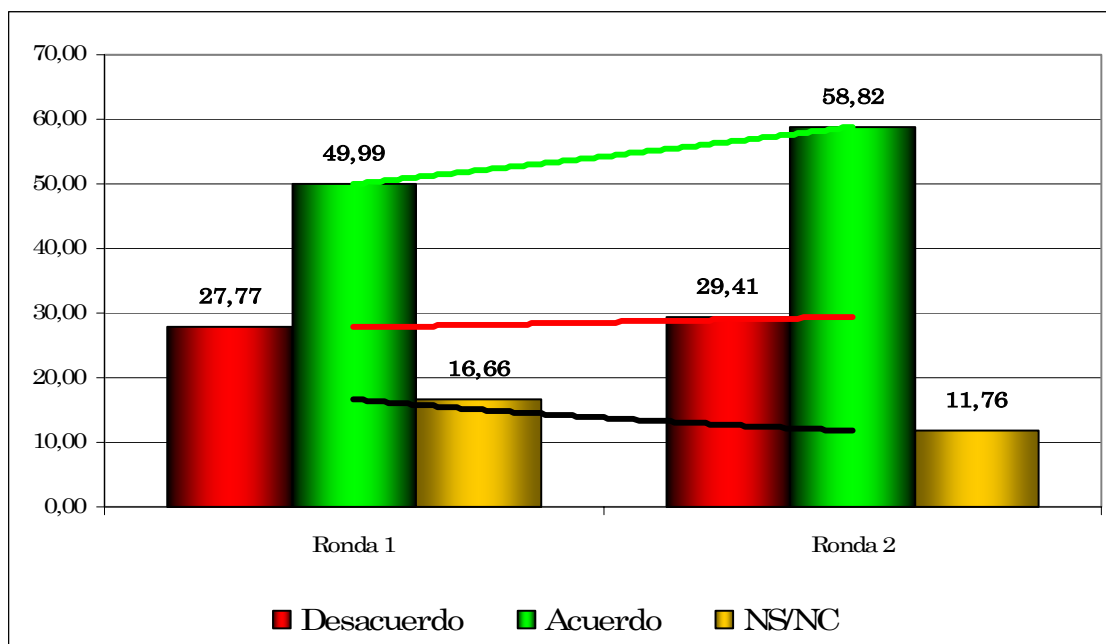
Es necesario tener en cuenta que, si llegada la fecha establecida por la Ley 10/2005 la cobertura o la penetración de la TDT en los hogares españoles no es suficiente, puede ser posible que este apagado de las emisiones analógicas de la televisión no se lleve a cabo y tenga que ser pospuesto. Eso sí, siempre con la fecha límite del 31 de diciembre de 2012 establecida por la Unión Europea.

Los últimos movimientos del actual Gobierno parecen indicar que la planificación establecida para la cobertura en TDT puede no alcanzarse. Este puede ser uno de los motivos que le llevaron a aprobar el pasado 23 de febrero el Real Decreto-ley 1/2009, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones. Esta norma trata de garantizar que la cobertura en la TDT sea "plenamente satisfactoria, esto es, que con independencia del lugar de residencia y de la viabilidad económica de la prestación del servicio, el ciudadano recibe la señal de TDT"⁷¹. Para ello, en su capítulo primero establece que el satélite es una solución para conseguir la cobertura del 98% para la Corporación RTVE y del 96% para los operadores de televisión privada nacional. Esta posibilidad se estima que alcanzará al 1,5% de la población española que "se ubica en zonas dispersas y aisladas del territorio y cuya cobertura mediante emisores terrestres de televisión supone un coste desproporcionado".⁷²

La segunda ronda de nuestro cuestionario ratifica los resultados iniciales obtenidos, aumentando asimismo la proporción de acuerdos obtenidos. Un crecimiento que fundamentalmente se nutre de las abstenciones como muestra el gráfico.

⁷¹ Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones. Boletín Oficial del Estado nº 47, Sec. I. Pág. 19015. (24/02/2009).

⁷² Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. "Cobertura complementaria mediante satélite para recibir la TDT" (24/02/2009) Disponible en <http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Cobertura+complementaria+mediante+sat%c3%a9lite+para+recibir+la+TDT.htm>



6. La antenización de los edificios colectivos permite la correcta visualización de las TDT locales.

RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
49,99%	11,10%	38,88%

RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
41,18%	47,06%	11,76%

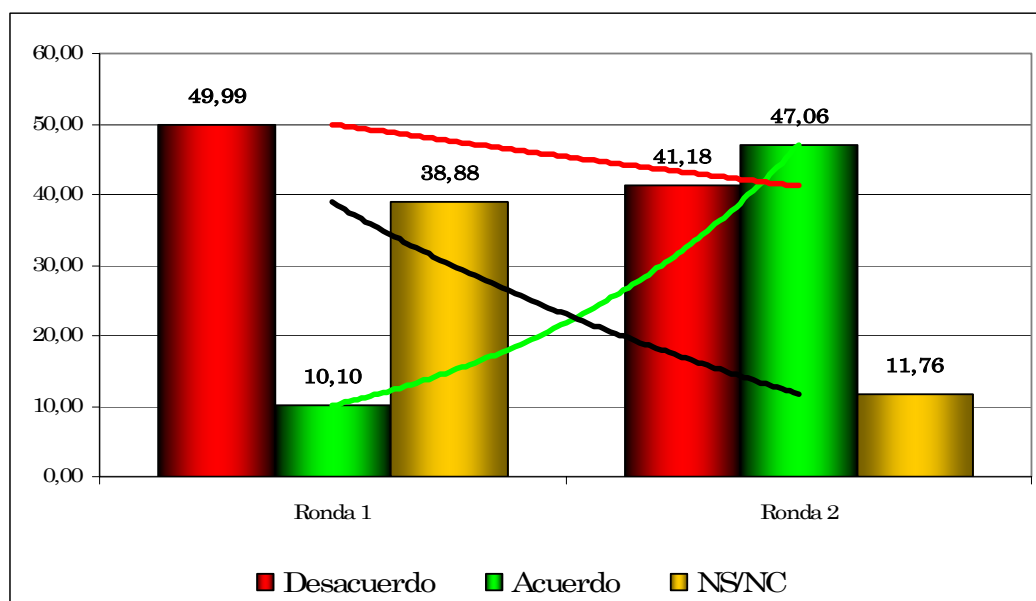
Uno de los principales obstáculos a la hora de acceder a las emisiones de la TDT local es la antenización de los hogares españoles. En algunas ocasiones las prácticas 'incorrectas' de los antenistas –para rebajar los presupuestos de las comunidades de vecinos o realizar nuevas instalaciones– llevan a adaptar los edificios para la recepción de los canales de TDT de cobertura nacional y autonómica que, por otra parte, son los más conocidos por el público gracias a las campañas de publicidad que estos canales han llevado a cabo. El desconocimiento de los espectadores sobre los canales de TDT local lleva en muchos casos a no adaptar los hogares para recibir este tipo de emisiones.

Los expertos encuestados alcanzan un amplio consenso en esta cuestión, ya que la mitad de ellos considera que existe un problema para la recepción de los canales locales de televisión y esto es debido a la inadecuada antenización de los hogares españoles. Sin embargo, es interesante resaltar el alto nivel de abstención a la hora de responder a la pregunta planteada. Prácticamente un 40% de los expertos no tiene información sobre la materia.

La segunda ronda de la encuesta ha provocado el cambio de opinión de nuestros participantes. Frente al desacuerdo con el enunciado planteado, y que englobaba casi el 50% de las respuestas, la segunda ronda refuta los resultados iniciales. En este caso, el crecimiento del 'acuerdo' desde un 11,10% hasta el definitivo 47,06% provoca que esta opción se imponga definitivamente, aunque con una escasa minoría.

Más que el cambio de opinión de los expertos que abogaban por el 'desacuerdo', el triunfo del 'acuerdo' viene determinado fundamentalmente por la toma de posiciones de aquellos expertos que se abstuvieron en la primera ronda.

Este significativo descenso de la opción 'NS/NC' puede ser observado en el gráfico y está directamente relacionado con la tendencia ascendente del 'acuerdo'.



7. La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.

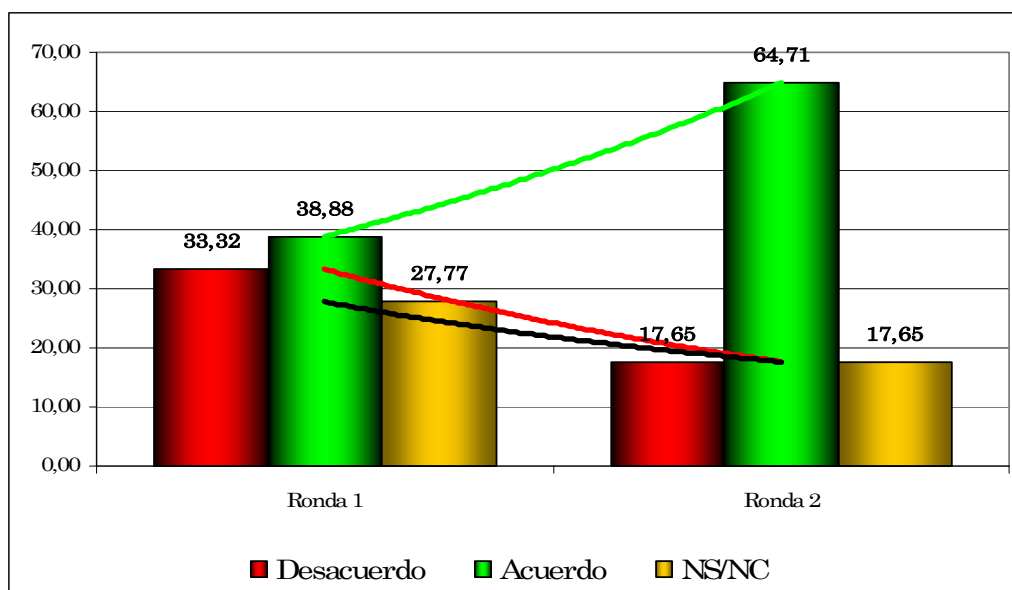
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
33,32%	38,88%	27,77%	17,65%	64,71%	17,65%

Tras más de veinte años sin una regulación definitiva en el sector local, lo que ha llevado a su inestabilidad económica, la televisión digital puede ser la solución definitiva. Los concursos de adjudicación de licencias de TDT local van resolviéndose con diferentes ritmos en todas las Comunidades Autónomas permitiendo por primera vez la existencia de cadenas de televisión local legales. De este modo, la tecnología digital podría suponer para este mercado la posibilidad de disfrutar de un marco regulador estable y aplicable.

Sin embargo, quedan algunas asignaturas pendientes: el recurso ante los tribunales de justicia de algunos procesos de adjudicación –lo que les impide ser totalmente definitivos- y, sobre todo, el cierre definitivo de aquellas televisiones locales que no hubieran obtenido licencia digital.

Al plantearles esta cuestión a nuestros expertos, casi el 40% está de acuerdo, mientras que un 33% se declara contrario a que la televisión digital proporcione un marco normativo estable a esta televisión. También es conveniente resaltar un nivel significativo de abstención (27,77%).

La segunda ronda del cuestionario planteado ha permitido reforzar una tendencia ya observada en los primeros resultados. Así, el 64,71% de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con la digitalización como el instrumento definitivo para que el sector local de televisión disfrute finalmente de un marco legal definitivo y estable.



Las respuestas de nuestros expertos en esta vuelta reducen todas las opciones posibles en favor del 'acuerdo' como respuesta mayoritaria, despejando de esa forma las posibles dudas que se plantearan a este respecto.

Cuestiones económicas:

8. La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
77,77%	22,22%	0,00%	82,35%	11,76%	5,88%

Uno de los mayores problemas que se plantean en un futuro cercano para el sector es si existirán los suficientes recursos económicos para garantizar la viabilidad de los más de mil canales que establece el PTNTDT local. Si bien la AIMC⁷³ cifraba el volumen de canales locales en unos 900, éstos se encontraban desigualmente repartidos por la geografía española, siendo Cataluña, Comunidad Valencia y Andalucía, las comunidades con mayor concentración de emisoras.

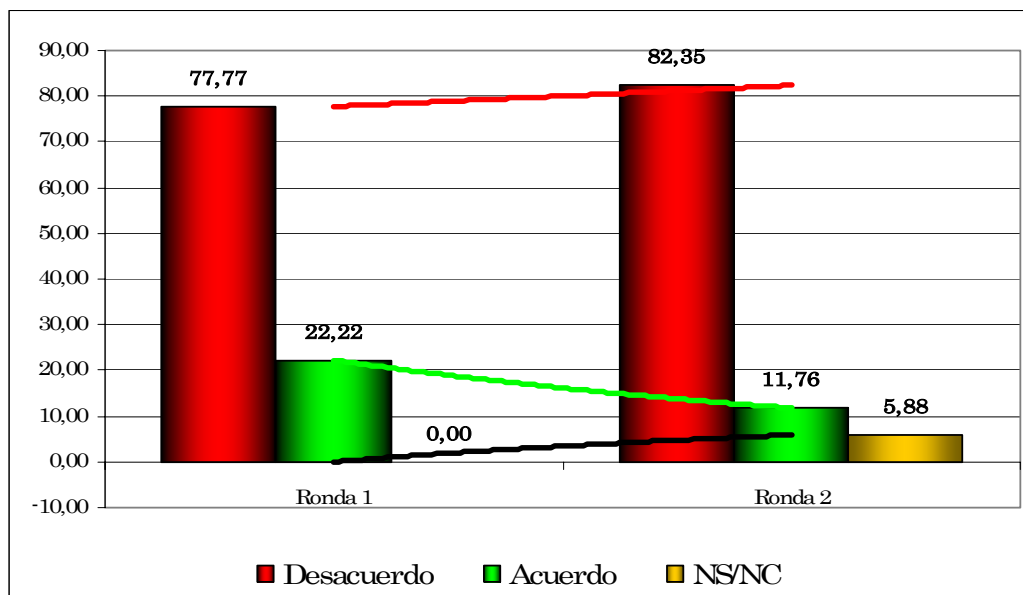
En el nuevo escenario digital, con las televisiones analógicas ya 'apagadas', el número de emisoras por demarcación que se establece es generalmente de cuatro, siendo tres de ellas de titularidad privada. Es por ello que, al menos los canales comerciales –si no también los públicos, en función del modelo económico adoptado– deberán competir por acaparar los recursos de la demarcación en la que operen.

Existe un amplio consenso entre los expertos encuestados, por el que casi el 80% de los mismos considera que en el mercado de televisión digital no está garantizada la viabilidad económica de todas las emisoras de televisión local. Es previsible que algunas, ante la falta de recursos financieros, deban cesar su actividad y devuelvan la licencia de TDT que se les adjudicó en su momento.

⁷³ ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC). Censo de Televisiones locales, 2002. Disponible en <http://www.aimc.es>

No cabe duda sobre la inexistencia de recursos económicos suficientes para poder sostener el mercado local de televisión que fue diseñado por el PTNTDTL. El mercado publicitario no es suficiente, por sí mismo, para poder mantener el número de emisoras comerciales que están obteniendo licencias digitales.

El consenso en esta cuestión es amplio como puede verse en el siguiente gráfico. La segunda vuelta de la encuesta permite no sólo ratificar los resultados iniciales obtenidos sino también reforzarlos al crecer hasta el 82,35% el número de respuestas negativas obtenidas.



Al mismo tiempo, podemos observar en esta ronda la aparición de un 5,88% de respuestas que se posicionan ni a favor, ni en contra.

9. La transición digital de las emisiones locales de televisión supone consecuencias económicas negativas para las cuentas de explotación de las cadenas de televisión.

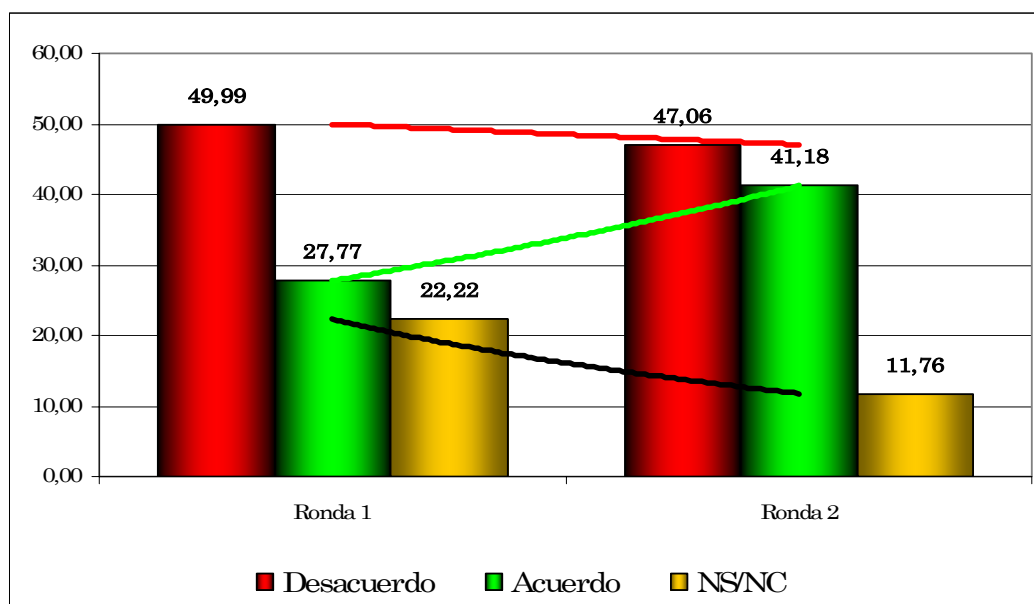
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
49,99%	27,77%	22,22%	47,06%	41,18%	11,76%

A la precaria situación económica de muchas emisoras de televisión local analógica, hay que sumarle los costes que implica la digitalización de las emisiones de televisión: reconversión del equipamiento, formación de los trabajadores, garantías de los procesos concursales, etc. Estos gastos en los que los canales deben incurrir para adaptarse a la TDT pueden condicionar la actividad de las empresas.

De hecho, no todas las emisoras que venían emitiendo en España han podido presentarse a los concursos de adjudicación de las licencias de TDT. Es el caso de TV Cardedeu, primera televisión local de nuestro país, que desistió en presentarse a los concursos ante la falta de medios económicos para hacer frente a las garantías económicas establecidas en los pliegos.

Por el contrario, nuestros expertos (50%) consideran que la transición a la TDT no debe suponer consecuencias económicas en las cuentas de negocio de las emisoras locales. No obstante, tenemos que señalar una cuota importante de abstención (22,22%).

A pesar de que los resultados de esta segunda ronda confirman los iniciales, desacuerdos con el enunciado, podemos observar un cambio importante en el tipo de acuerdo obtenido por nuestros expertos. El desacuerdo en este caso es obtenido sin consenso o por 'dicotomía'.



Como podemos observar, si bien la opción mayoritaria es el 'desacuerdo', el 'acuerdo' recorta posiciones desde un 27,77% inicial hasta un 41,18%, gracias sobre todo a la disminución de la abstención. Eso sí, sin conseguir superar la respuesta mayoritaria.

10. El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012.

RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
55,54%	27,77%	16,66%

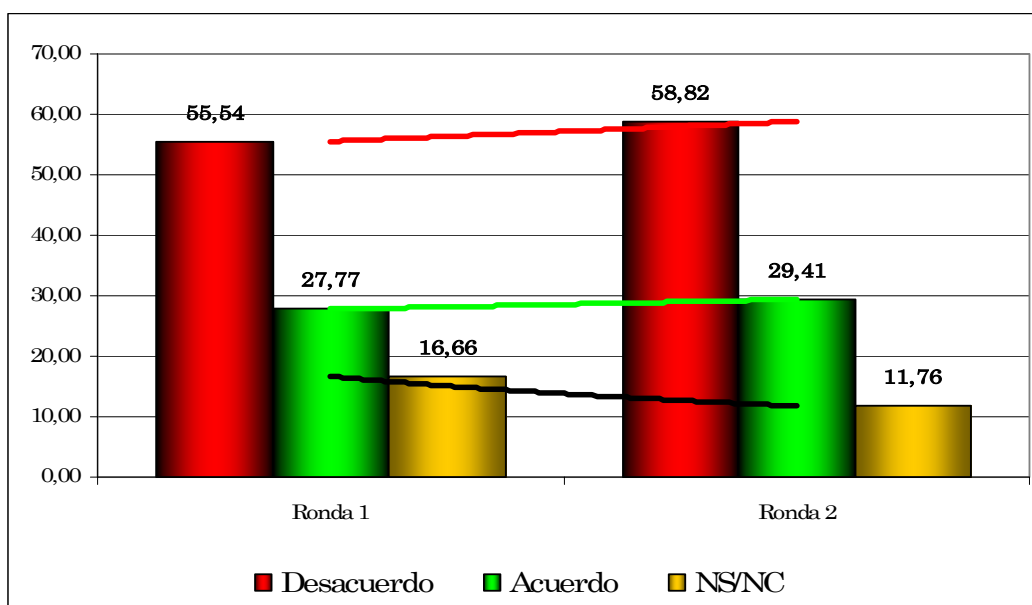
RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
58,82%	29,41%	11,76%

La inversión publicitaria en televisión local descendió en 2008 un 25% con respecto a 2007, dejando el volumen de facturación en 37,9 millones de euros. Si tenemos en cuenta que el número de canales locales crecerá previsiblemente cuando se hayan concedido todas las licencias de TDT local, los recursos que éstas podrán captar para mantener su actividad serán más limitados en un mercado más competitivo. Por tanto, las televisiones locales

deberán buscar nuevas fuentes de financiación que complementen lo obtenido a través de la facturación publicitaria.

Esta es la misma opinión sostenida por los expertos participantes, ya que el 55,54% considera que el modelo económico basado en la facturación publicitaria no será el predominante en 2012, una vez que se haya normalizado el mercado: cierre de las emisiones analógicas locales sin licencia, adaptación de todos los hogares a la TDT, etc.

La inversión publicitaria definitivamente no será, según nuestros expertos la principal fuente de financiación para el sector de la televisión local. Así lo consideran mayoritariamente el 58,82% de los expertos frente al casi 30% que creen que este modelo será el predominante en el 2012.



11. Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.

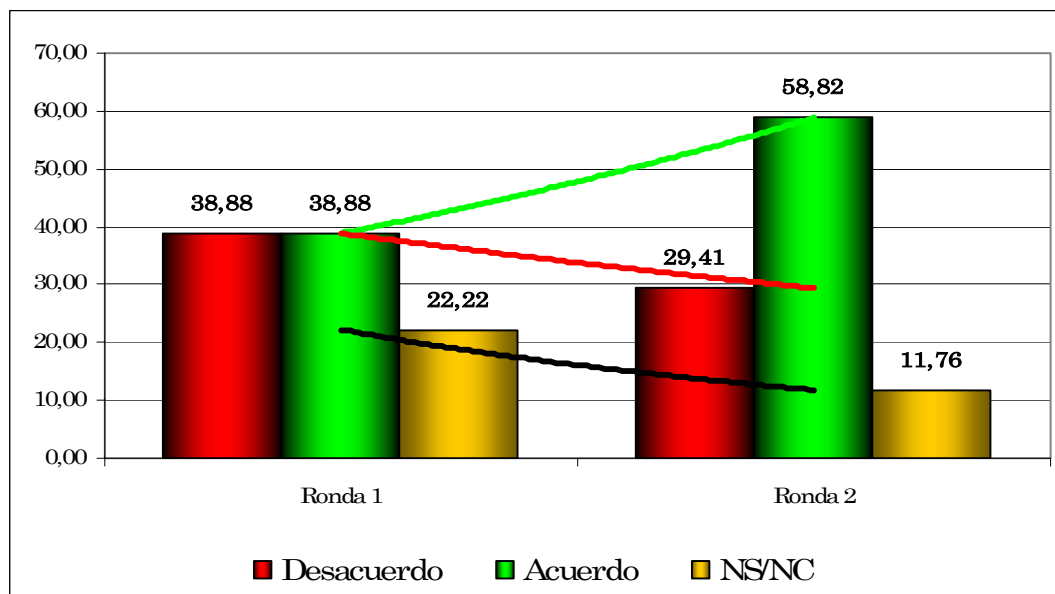
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	38,88%	22,22%	29,41%	58,82%	11,76%

Una de las posibilidades de las emisoras locales de televisión para complementar los recursos obtenidos por la facturación publicitaria son los servicios de valor añadido. Su proximidad al entorno y al espectador convierte a este tipo de televisiones en un agente capaz de prestar servicios de proximidad, que les pueden llevar a diferenciarse de sus competidores en la demarcación, así como a la captación de recursos económicos de los ciudadanos que pueden estar dispuestos a pagar por acceder a ellos.

Las respuestas iniciales obtenidas al preguntar a nuestros expertos no son concluyentes, ya que podemos observar un reparto equilibrado entre los diferentes grados de acuerdo y desacuerdo, así como un nivel importante de abstención.

Sin embargo, tras una nueva ronda del cuestionario, los expertos se posicionan claramente cuando se les vuelve a interrogar sobre esta cuestión. De este modo, la segunda ronda confirma el acuerdo de los encuestados sobre este enunciado. De este modo, casi el 60% de los expertos considera que los servicios de valor añadido serán un valor diferencial para las televisiones locales, lo que les permitirá asegurarse nuevas fuentes de ingresos comerciales.

El siguiente gráfico muestra claramente el posicionamiento de los profesionales a favor de los servicios añadidos, con una reducción significativa tanto del 'desacuerdo' como de la abstención de la primera ronda.



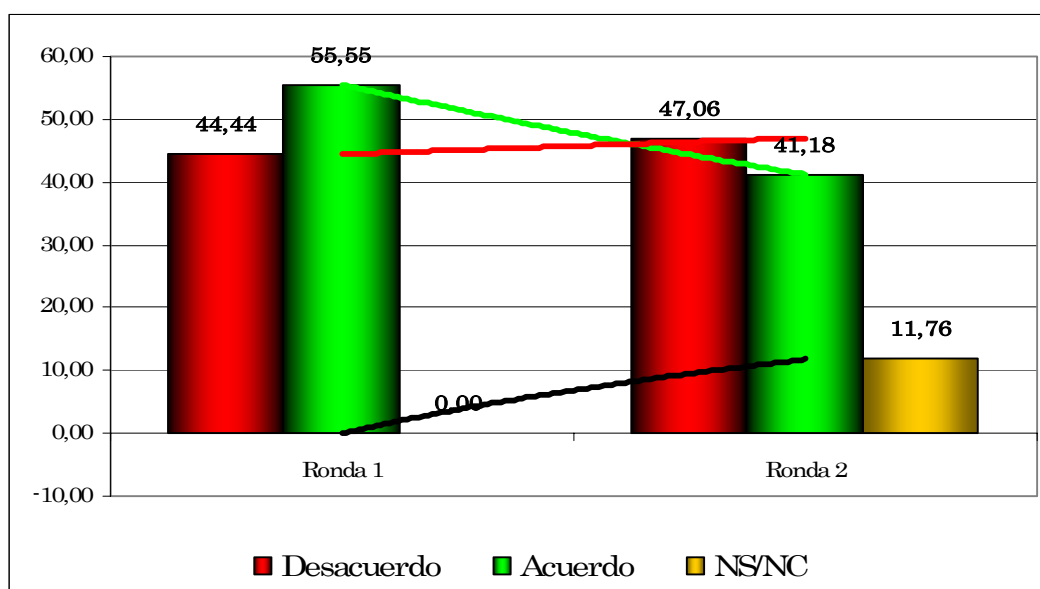
12. La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
44,44%	55,55%	0,00%	47,06%	41,18%	11,76%

La concentración de las licencias de televisión en torno a los grupos de comunicación (ver apartado 2.1.5.) es ya una realidad en el mercado local de televisión en España. Grupos como *Vocento*, *Planeta* o *El Mundo*, están consolidando sus inversiones en este sector a través de la obtención de licencias de TDT local en diferentes comunidades.

La solvencia económica de estos Grupos, así como las posibles sinergias con empresas del Grupo, pueden proporcionar a las emisoras locales de televisión una situación económica más favorable que la que presentan las cadenas 'independientes', muy sensibles al devenir del mercado.

Si analizamos las respuestas que obtuvimos de los encuestados para esta investigación, nos encontramos en una zona de respuesta calificada de 'dicotomía', dado que existe una polarización de los expertos a favor y en contra del enunciado planteado. No obstante, un porcentaje mayor de los expertos (55,5%) considera que el respaldo económico y corporativo de los grupos de comunicación a sus divisiones de televisión local contribuirá a la estabilización de este sector.



Frente a esta posición de partida, los expertos han decidido reconsiderar su opinión inicial. De esta manera, el desacuerdo con esta afirmación se consolida, aunque con poca diferencia, como la posición mayoritaria.

Por tanto, podemos afirmar que, según los expertos encuestados los Grupos de comunicación, que están acaparando las licencias de TDT locales, no suponen necesariamente una estabilización para este sector.

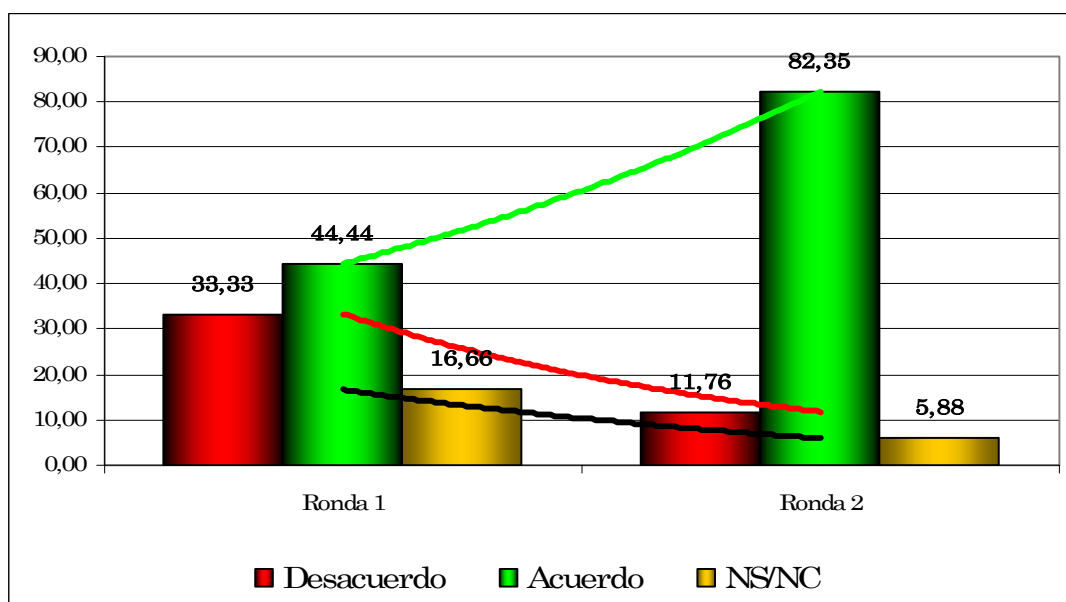
13. La presencia de los grupos de comunicación en el sector de la televisión local desvirtúa el carácter de proximidad de este tipo de emisoras.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
33,33%	44,44%	16,66%	11,76%	82,35%	5,88%

Si bien económicamente la entrada de los Grupos puede colaborar definitivamente al sostenimiento de las empresas que operan en él, pueden encontrarse consecuencias en la oferta de contenidos. Aprovechando las sinergias de grupo, las emisoras pertenecientes a este tipo de redes locales disponen de contenidos generalistas adquiridos por el Grupo y, en algunos casos, ya emitidos en otras ventanas de explotación. De esta manera, la televisión local puede configurarse como un nuevo mercado en el que poder obtener un rendimiento adicional a determinados contenidos. Quedan relegados, por tanto, los programas locales en determinadas franjas en las que cada televisión de la red aporta sus contenidos de 'proximidad'.

La distribución de las respuestas de nuestros expertos es bastante equilibrada entre los diferentes grados de 'acuerdo' y 'desacuerdo' pero se muestra mayoritario el número de expertos que consideran verdadera la pérdida de los contenidos locales, de 'proximidad', como resultado de la entrada de estos Grupos en esta modalidad de televisión.

Contundente es la reafirmación de las respuestas con respecto a esta cuestión obtenida en la segunda ronda de nuestra investigación. Para nuestros expertos la consolidación de los Grupos de comunicación en sector de la televisión local supone la desvirtuación del carácter de proximidad de los contenidos.



El gráfico muestra como más del 80% de los encuestados están de acuerdo con el enunciado que se les planteó. Ello supone un crecimiento de 38 puntos con respecto a la primera vuelta.

14. El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.

RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
55,54%	38,88%	5,55%

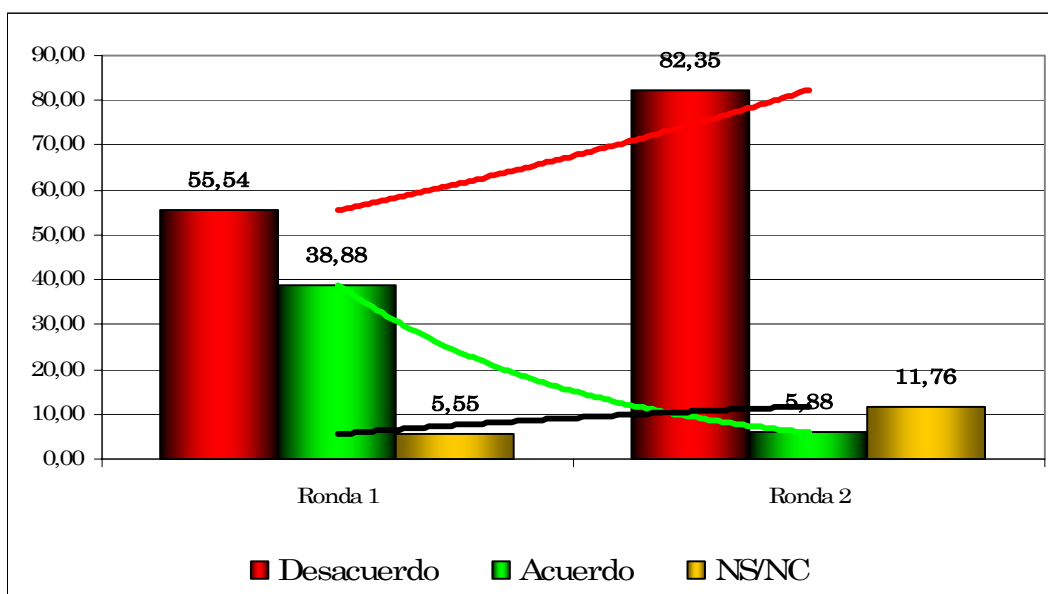
RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
82,35%	5,88%	11,76%

Una vez más los expertos se muestran de acuerdo en que el mercado publicitario local no será suficiente para que todos los operadores con licencia de TDT puedan captar los recursos suficientes para financiar completamente su actividad y garantizar su supervivencia.

Sin embargo, con respecto a la pregunta 'El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012' (P.10), podemos observar que el posicionamiento de los expertos es menos contundente. Aunque más de la mitad de los expertos

muestra disconformidad con el enunciado, un porcentaje significativo (38,8%) declara estar de acuerdo con la afirmación.

Tras preguntar de nuevo a los expertos, éstos ratifican los resultados iniciales. El 82,35% de los encuestados consideran insuficientes los ingresos publicitarios para el mantenimiento de los operadores locales de televisión. Observamos además una reducción drástica de las respuestas positivas que desde un 38,88% descienden hasta el 5,88%. Al mismo tiempo, la abstención experimenta un crecimiento hasta el 11,76% de las respuestas.



Podemos afirmar una vez más, por tanto, que el modelo publicitario se agota porque no será suficiente para poder permitir la pervivencia en el mercado de todos los radiodifusores. Muchas televisiones locales desaparecerán o deberán reconvertir su modelo de negocio.

15. Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.

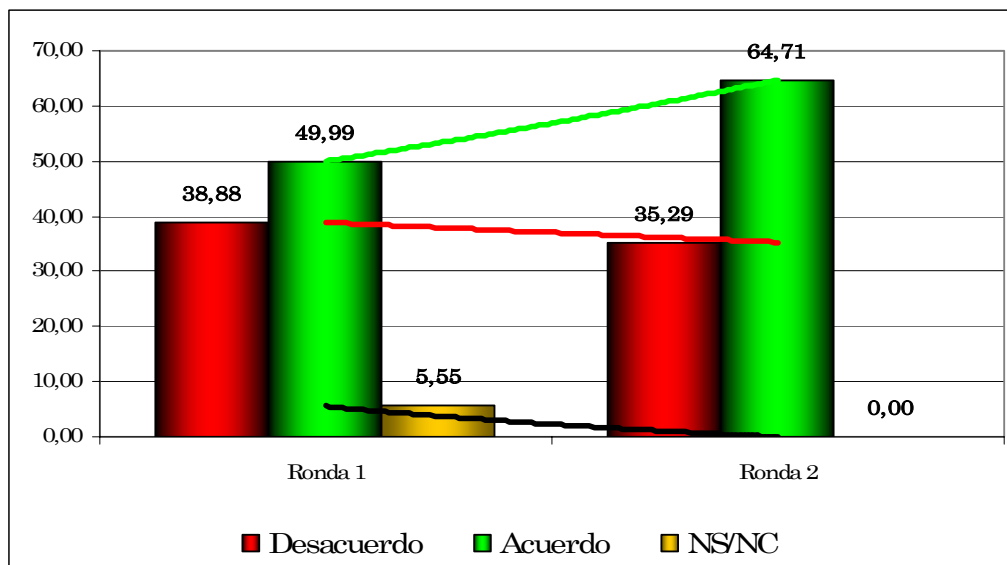
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	49,99%	5,55%	35,29%	64,71%	0,00%

La viabilidad de las televisiones basadas en los contenidos de 'proximidad' parece quedar en entredicho para nuestros expertos, aunque sin un acuerdo mayoritario. Un 49,9% se muestra contrario a la posibilidad de que las televisiones que emitan contenidos próximos a la ciudadanía puedan atraer la atención de una parte significativa de los espectadores y, con ello, capten la inversión publicitaria suficiente para poder ser económicamente rentables.

Por su parte, casi un 40% se manifiestan favorables a los contenidos de proximidad como ventaja competitiva para acaparar cuota de mercado.

Los expertos mantienen el acuerdo sobre esta cuestión. Más del 60% de los encuestados considera que los contenidos locales no son suficientes para captar la atención de los espectadores y, por tanto, mejorar sus rendimientos económicos. Frente a ellos, el 35% sigue manteniendo su posición contraria al enunciado, considerando entonces los contenidos locales como suficientes para mantenerse en el mercado de televisión.

La segunda ronda del cuestionario ha servido para eliminar la abstención del 5% lograda anteriormente y para mejorar los datos que confirman los resultados iniciales.



16. La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura nacional y autonómica.

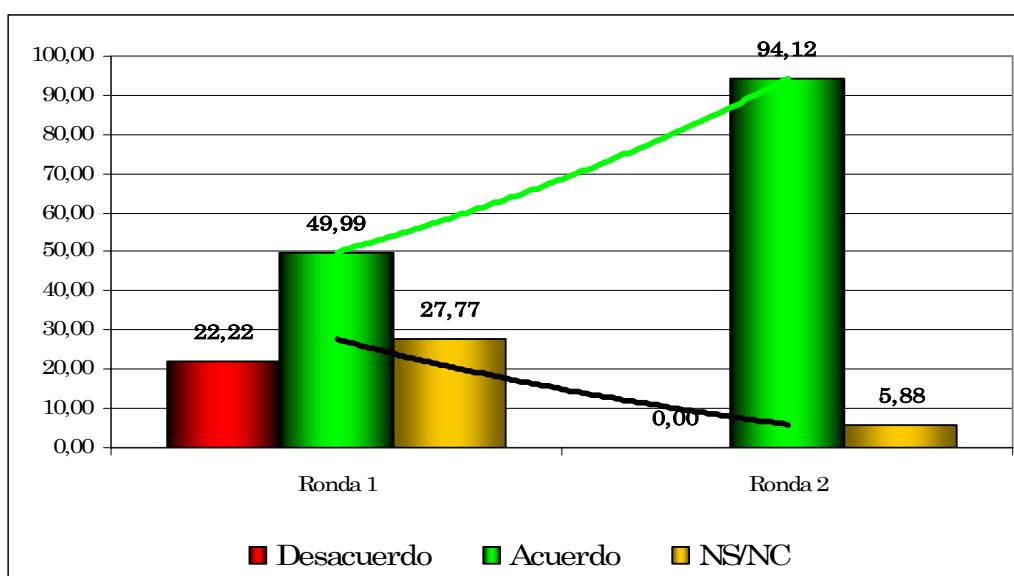
RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
22,22%	49,99%	27,77%

RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
0,00%	94,12%	5,88%

Los contenidos de las televisiones locales son el elemento clave en el posicionamiento de este tipo de emisoras en el mercado de televisión en nuestro país. En este sentido, los contenidos de 'proximidad', además de constituirse como una alternativa a la programación generalista de las cadenas nacionales y autonómicas, pueden conectar con los gustos e intereses de la población minoritaria a la que se dirige; Así lo consideran los expertos que de manera significativa se muestran favorables al enunciado. También debemos destacar que casi un tercio de los encuestados manifiestan no saber o no desear contestar.

Una de las cifras de 'acuerdo' más contundentes que se han cosechado en esta investigación es la referente a esta cuestión. Más allá de confirmar los resultados obtenidos en la primera ronda, esta segunda consigue datos clarificadores.

El 94,12% de los expertos encuestados considera que los contenidos son elementos que pueden llevar a los radiodifusores locales a diferenciarse del resto de emisoras de distintas coberturas y, por tanto, son la clave para su futura pervivencia en el mercado de televisión de nuestro país.



17. La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.

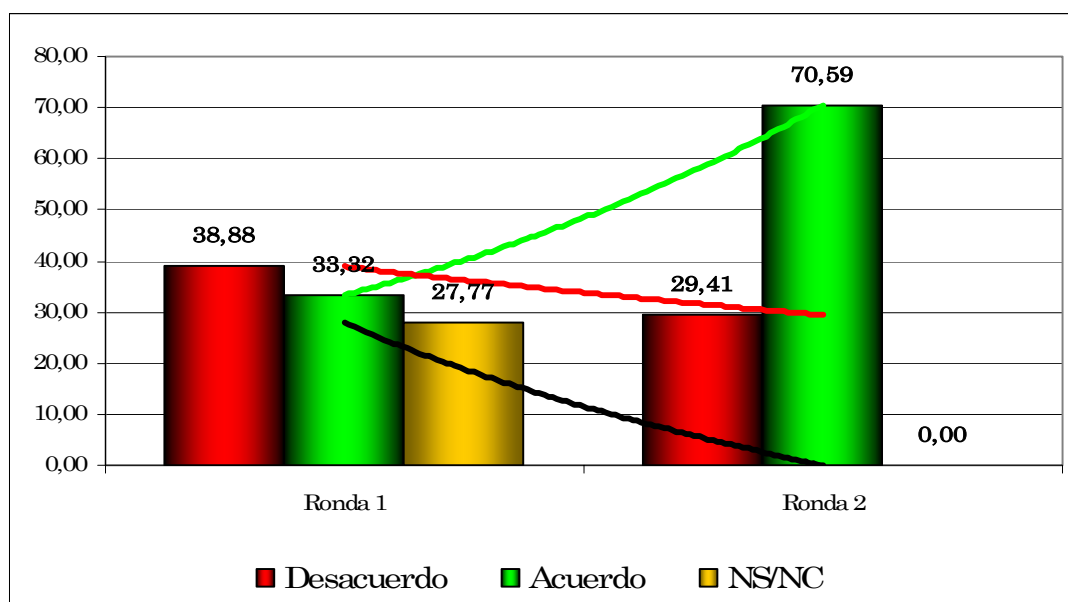
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	33,32%	27,77%	29,41%	70,59%	0,00%

Ante esta pregunta, una de las contestaciones más significativas es la abstención que, con casi un 30%, se convierte por sí sola en la opción más votada en términos individuales. No obstante, si consideramos las variables 'acuerdo/desacuerdo' de manera global, en sus diferentes escalas, podemos observar una respuesta prácticamente uniforme entre ambas opciones, aunque con un peso más importante de la disconformidad.

Por tanto, podemos extraer conclusiones poco determinantes sobre el futuro de los servicios de valor añadido dentro de la oferta de los canales de televisión local.

Al ser cuestionados por segunda vez sobre este enunciado, nuestros expertos manifiestan opiniones contrarias, refutando así los resultados iniciales. Según una amplia mayoría de los consultados (70%), los servicios de valor añadido se consideran como una ventaja competitiva para este tipo de operadores, como una posibilidad de lograr nuevos ingresos comerciales que complementarán los ingresos publicitarios.

Sí es importante reseñar la desaparición de aquellos expertos que decidieron en un primer momento no contestar a la pregunta. Tras consultar los resultados iniciales, dichos expertos se decantaron mayoritariamente por el acuerdo con el enunciado que se les planteó.



18. La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y el reparto de los gastos de emisión.

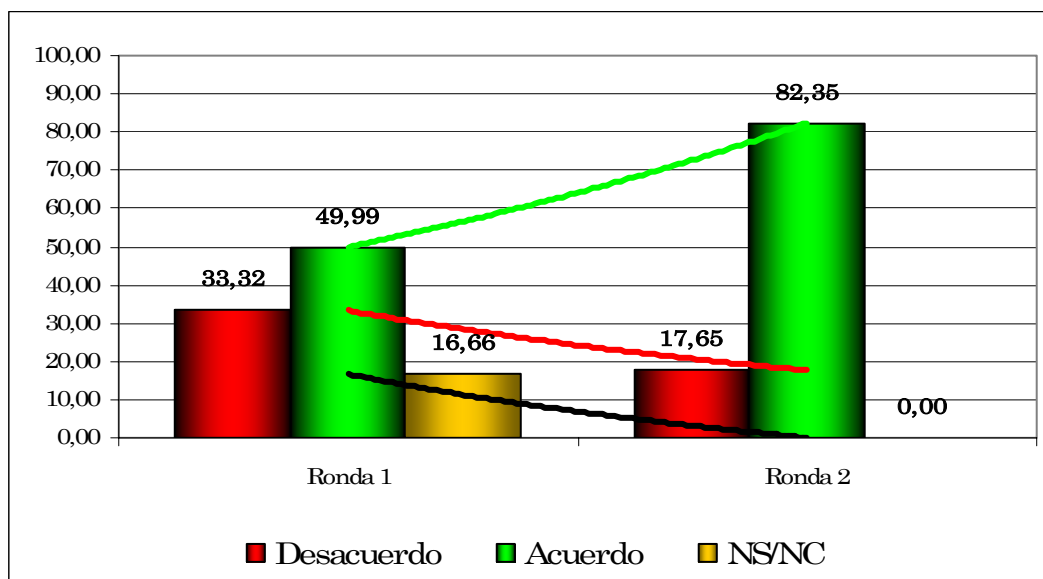
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
33,32%	49,99%	16,66%	17,65%	82,35%	0,00%

Una de las ventajas que ofrece el proceso de asociacionismo (ver apartado 2.1.4. *Las asociaciones de televisión local*) aplicado al mercado de televisión local es la posibilidad de compartir los gastos en los que las emisoras tienen que incurrir para desarrollar su actividad. Los contenidos, materia prima del mercado, son una de las partidas más significativas de las cuentas de estas emisoras. La posibilidad de intercambio o compartir los gastos de producción o adquisición de estos contenidos puede colaborar en soliviantar la precaria situación económica de estas empresas.

Así lo consideran nuestros expertos, de los que el 50% consideran que este tipo de fórmulas pueden suponer el aligeramiento de las cuentas de negocio de las televisiones locales. De cualquier forma, hay que considerar

que una tercera parte de los encuestados no se muestra partidario de esta opción.

La segunda vuelta del cuestionario confirma por un amplio consenso los resultados obtenidos previamente. El descenso del 'desacuerdo', junto con la desaparición de la abstención, ofrecen resultados categóricos sobre esta cuestión.



Cuestiones políticas:

19. El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
33,33%	44,43%	22,22%	35,29%	58,82%	5,88%

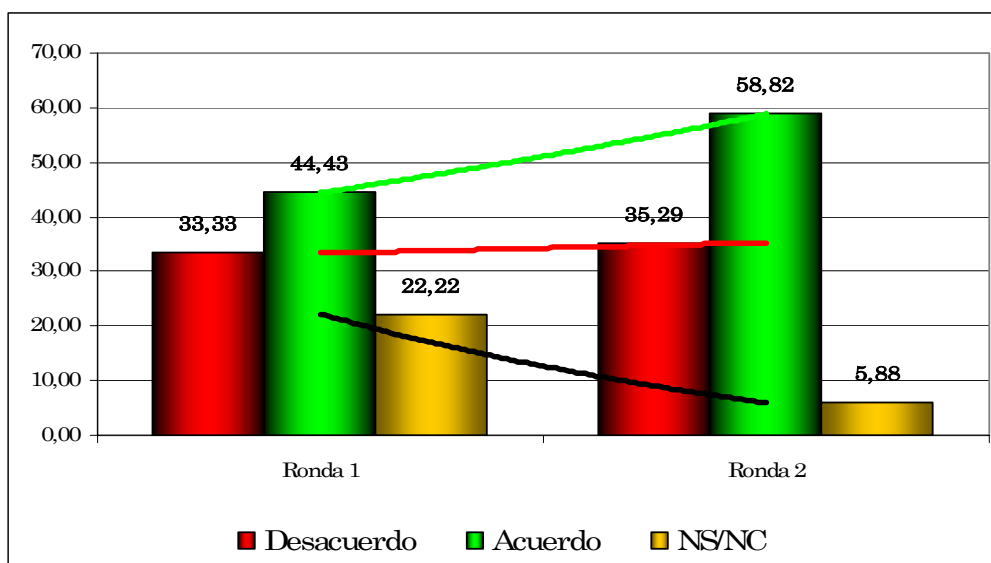
El diseño territorial establecido por el PTNTDT local supone, excepto en aquellas demarcaciones que engloban ciudades de más de 100.000 habitantes, la extensión de la zona de cobertura de municipal a comarcal⁷⁴. Así una misma TDT local deberá inevitablemente atender los gustos y necesidades de las diferentes localidades que se encuentran inmersas dentro de la misma demarcación. Necesariamente este hecho conlleva importantes consecuencias en los contenidos que la televisión local ofrece a sus espectadores potenciales.

Al plantearles a nuestros expertos las posibles consecuencias que esta cuestión puede tener en el modelo de programación de una televisión local, el 44% de los encuestados considera que este nuevo diseño de las áreas de cobertura desvirtúa el concepto de 'proximidad' de los contenidos. No obstante, hay que señalar que no es una decisión unánime, ya que un 33% de los mismos se declara contrario a esta posibilidad y, al mismo tiempo, un 22% prefiere no contestar a la pregunta.

El acuerdo alcanzado por casi el 60% de los encuestados en segunda ronda es favorable a esta premisa, ratificando los resultados iniciales.; mientras

⁷⁴ El concepto de demarcación, -zona de servicio para la cual una TDT local hubiera obtenido una licencia- introducido por el PTNTDT local, amplía el ámbito de cobertura natural de una televisión local que, según la Ley de Televisión Local por ondas terrestres (Ley 41/1995, de 22 de diciembre) se circunscribe a la localidad a la que presta el servicio.

que el 'desacuerdo' obtiene resultados similares, lo que implica un descenso significativo de la abstención, del 22,22% al 5,88%.



20. La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.

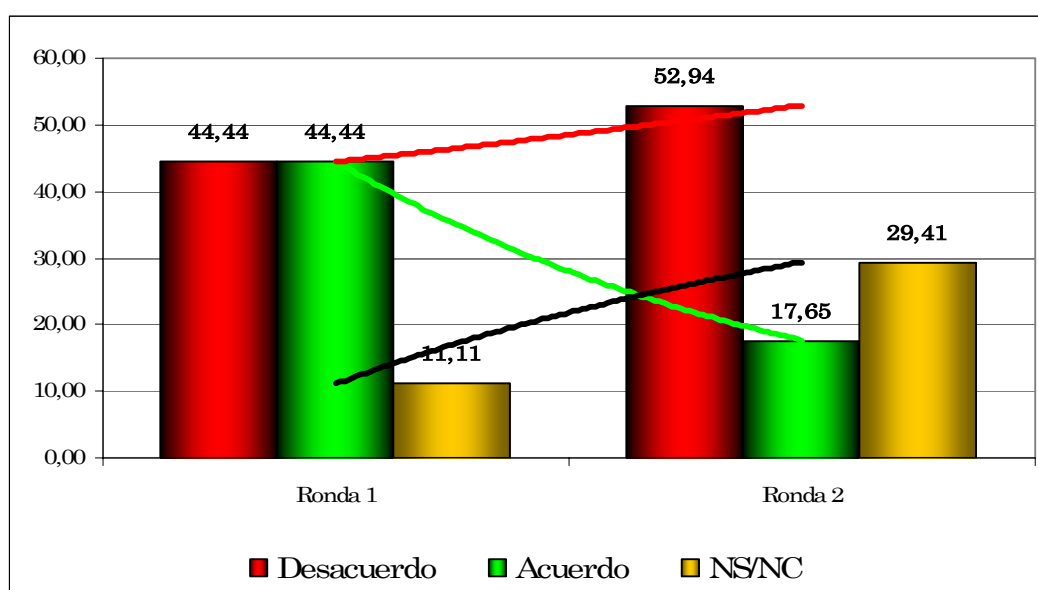
RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
44,44%	44,44%	11,11%

RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
52,94%	17,65%	29,41%

Preguntados los participantes sobre los criterios seguidos para la adjudicación de las licencias de TDT local, no podemos extraer conclusiones determinantes⁷⁵. De hecho, si atendemos a los porcentajes obtenidos, cabe destacar que los encuestados se posicionan de manera igualitaria entre el acuerdo y el desacuerdo.

⁷⁵ Las concesiones de licencias de TDT local han levantado una gran polémica en distintas Comunidades Autónomas por considerarse que han sido otorgadas a empresas afines a las Administraciones que las adjudicaban. Por este motivo, han sido recurridas ante los tribunales de justicia, por lo que estas resoluciones no son definitivas. Es el caso de la Comunidad de Madrid (ver apartado 3.2.2. *El concurso de adjudicación*).

Tras la indeterminación obtenida en la primera parte de la investigación, la segunda ronda del cuestionario permite definir una posición clara entre los expertos. El 52,94% de éstos manifestaron estar en desacuerdo con el enunciado planteado, frente a casi un 30% de los mismos que prefirió no contestar. Como podemos ver en el gráfico que se muestra a continuación, la opción que más creció en esta ronda fue la abstención, ya que pasó del 11,11% al 29,41%. No obstante, el 'desacuerdo' sigue siendo la opción mayoritaria de los expertos.



Es por ello que podemos concluir que los procesos de concesión de licencias de TDT en la Comunidad de Madrid, así como en otras Comunidades Autónomas, no han estado exentos de polémicas. En muchos casos, los gobiernos autonómicos han concedido estas licencias a aquellos grupos mediáticos afines a sus ideologías políticas y, por tanto, dejando a un lado los criterios 'objetivos' publicados en los pliegos concursales.

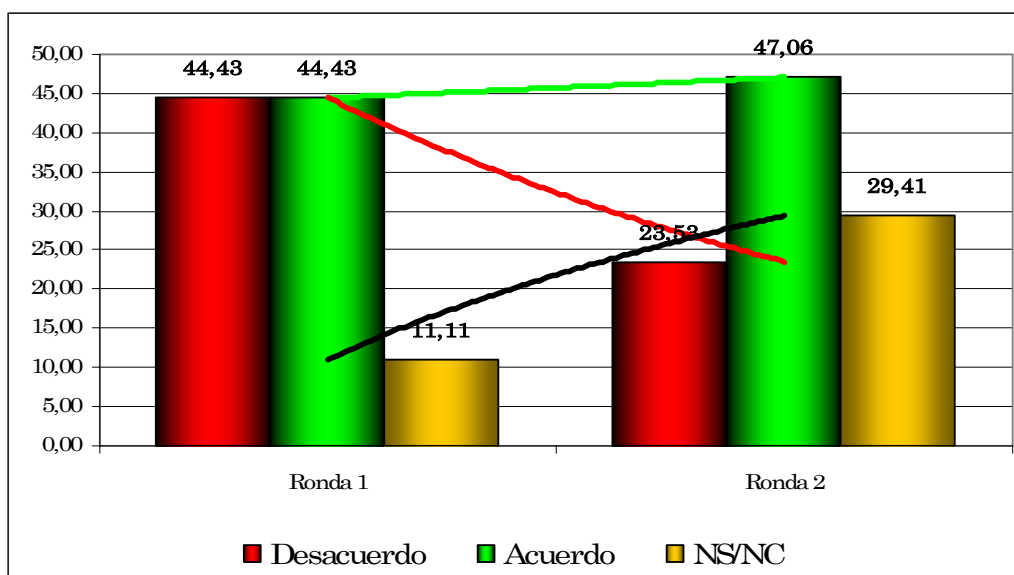
21. El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
44,43%	44,43%	11,11%	23,53%	47,06%	29,41%

Al igual que en la pregunta anterior, cuando se les consulta a los expertos sobre si el proceso de adjudicación de licencias de TDT ha transformado el tejido empresarial anterior, poniendo como ejemplo lo acontecido en la Comunidad de Madrid, los resultados que se obtienen no son determinantes. Podemos extraer pocas consecuencias, ya que los expertos no encuentran un acuerdo sobre la cuestión. De hecho, volvemos a enfrentarnos a un empate técnico entre las dos opciones de acuerdo/desacuerdo (44,43%).

Esta es otra de las cuestiones en las que la segunda ronda del cuestionario nos ha servido para clarificar una postura entre los expertos. Y es que, desde un empate entre las opciones a favor y en contra del enunciado (44,43%), los expertos se posicionan indiscutiblemente en la opción de 'acuerdo' con un 47,06%. Por su parte, podemos observar un descenso considerable de los expertos en contra de la pregunta, que fundamentalmente deciden no contestar a la pregunta, por lo que la categoría 'No sabe/No contesta', que experimenta un crecimiento hasta el 30%.

Es indiscutible que, según los expertos, la TDT ha transformado el panorama de radiodifusores presentes en el mercado analógico.



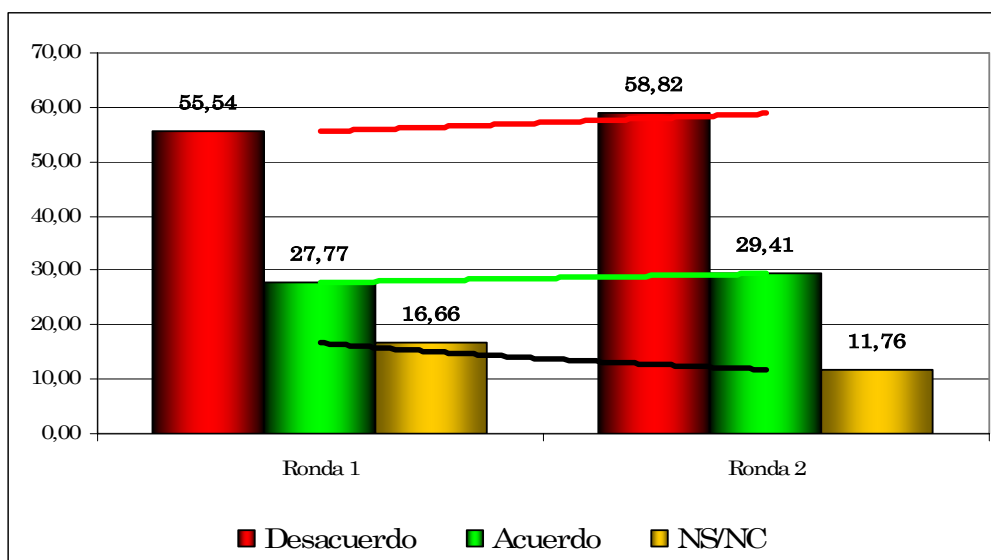
22. La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
55,54%	27,77%	16,66%	58,82%	29,41%	11,76%

Aunque sin un amplio acuerdo, la mayor parte de los expertos considera que la transición a la tecnología digital en la televisión terrestre puede llevar a la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas' que, por su propio modelo de televisión, no disponen de los recursos económicos suficientes para presentarse a los procesos concursales y obtener así una licencia de TDT local que les permita mantener su actividad.

Los expertos ratifican su posición inicial: el 'desacuerdo'. No se encuentran cambios significativos entre ambas rondas. El 'desacuerdo' aumenta su cuota consolidándose alrededor del 60% de las respuestas

obtenidas. Encontramos también un leve ascenso en el 'acuerdo' y, sobre todo, una caída en la abstención desde el 16,66% hasta el 11,76%.



Siguiendo las opiniones de los expertos consultados podemos afirmar entonces que la TDT no supone necesariamente la desaparición de las 'televisiones históricas'. Éstas tendrán su hueco en un nuevo entorno digital.

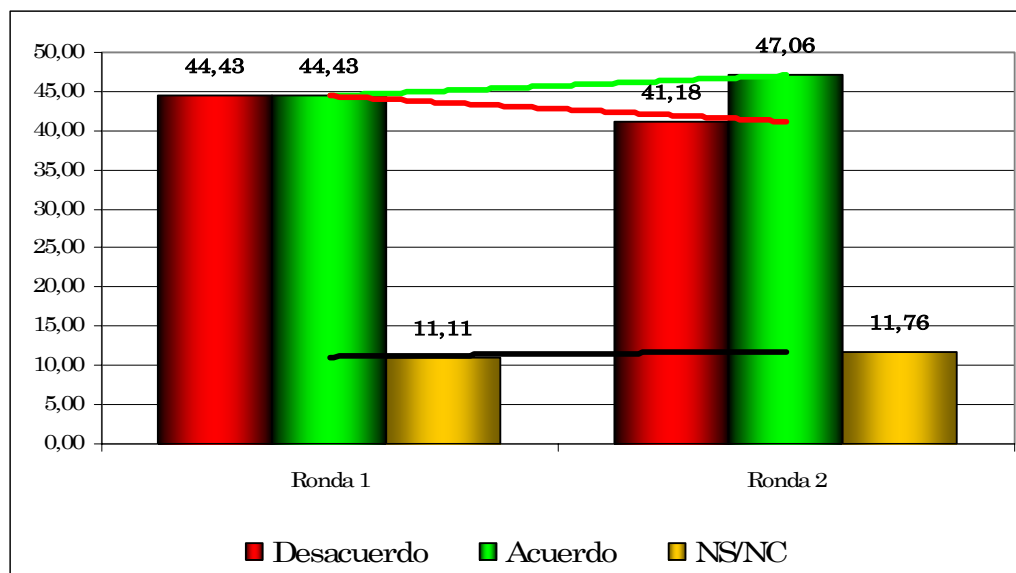
23. El concepto de demarcación debilita el carácter de proximidad de las emisiones de televisión local.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
44,43%	44,43%	11,11%	41,18%	47,06%	11,76%

La llegada de la TDT supone un cambio radical en la concepción del modelo de televisión local. Frente a experiencias de televisión de 'proximidad' vinculadas a los ciudadanos y a lo que acontece en su entorno más cercano, la entrada de nuevos proyectos desvirtúa el concepto de lo 'local'. La misma organización del sector, diseñada por el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, establece la cobertura de las emisiones locales más allá del

ámbito de la localidad para dar servicio a un conjunto de municipios: la demarcación. Por lo que las nuevas TDT locales deberán necesariamente prestar atención a las demandas de todas las localidades inmersas en la zona de servicio. La respuesta de los expertos ante esta cuestión no es determinante, dado que se distribuyen equitativamente a favor y en contra.

La indeterminación de la primera ronda deja paso a un acuerdo de los expertos aunque cuantitativamente no muy significativo. Un 47,06% de los mismos se muestra favorable al enunciado presentado mientras que se aprecia una leve caída de la opción contraria hasta el 41,18%. Por su parte, la abstención, como se muestra a continuación, se mantiene estable.



Por tanto, siguiendo la opinión de los expertos, el concepto de demarcación puede debilitar el carácter local de las emisoras que operan en dicho territorio en un intento de atender a una población mayor.

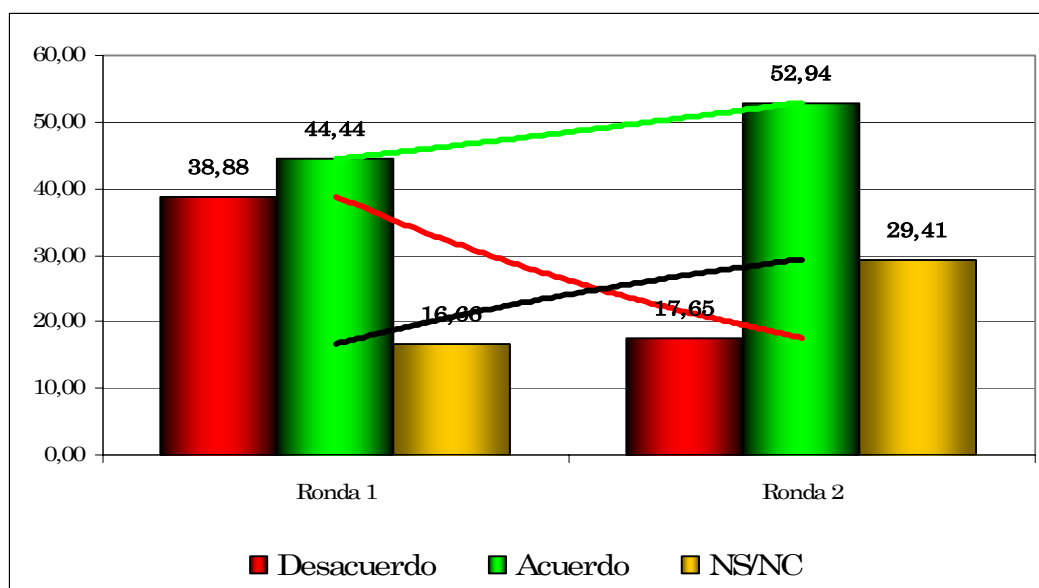
24. En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	44,44%	16,66%	17,65%	52,94%	29,41%

Ante la posible falta de recursos económicos con la consiguiente falta de viabilidad financiera de los operadores con licencias digitales, se plantea la posibilidad de cierre de emisoras o, incluso, de cambios en la propiedad de las mismas. Por ello, en 2012, completado ya el proceso de digitalización y concretado el cierre de los operadores analógicos, puede iniciarse un proceso de concentración de licencias previsiblemente de la mano de los grupos de comunicación, quienes pueden ir acaparando licencias locales y creando televisiones locales con ámbitos de cobertura superior a la demarcación, como establece el PTNTDT Local.

En este sentido, los expertos (44,44%) se muestran favorables a que se produzca este proceso de concentración vertical que reducirá el número de empresas que prestan el servicio de difusión de televisión para el ámbito local. Sin embargo, esta postura no es la mayoritaria ya que casi un 40% de los encuestados se manifiestan contrarios a que se produzca este proceso.

Parece que no hay dudas, teniendo en cuenta las opiniones manifestadas por nuestros expertos, para afirmar que asistiremos a un progresivo proceso de concentración de televisiones locales en favor de los Grupos de comunicación. Así lo creen el 52,94% de los encuestados, ocho puntos más que en la primera vuelta. Estos segundos resultados suponen una consolidación de esta opción mayoritaria en detrimento de la opción contraria. De esta forma, observamos el importante descenso de los partidarios del 'desacuerdo' que, o bien decidieron abstenerse, o acogerse a la opción más votada.



25. La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones 'históricas' que no hubieran obtenido licencia en los concursos de adjudicación⁷⁶.

RONDA 1		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
38,88%	33,32%	27,77%

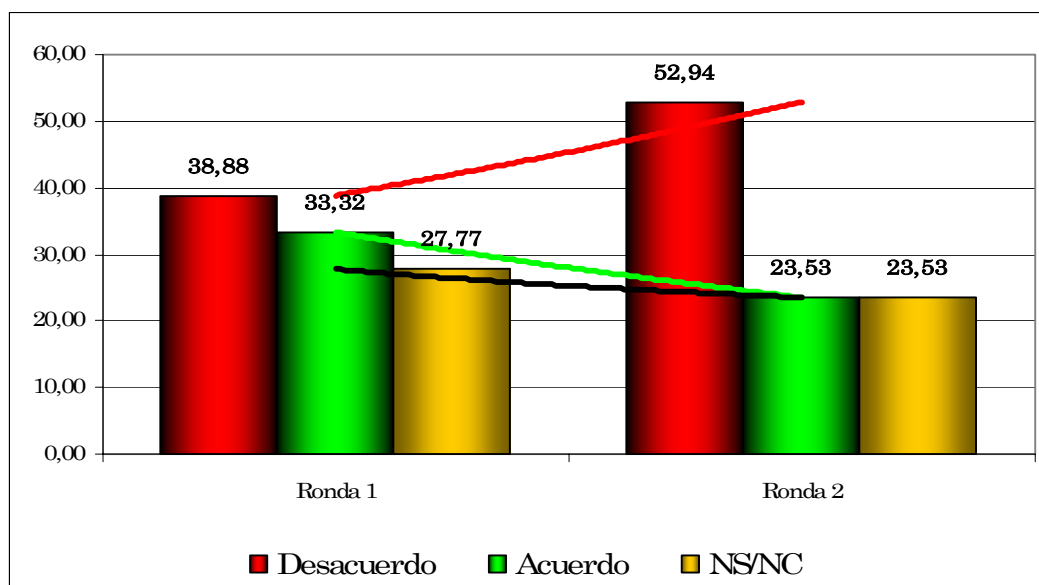
RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
52,94%	23,53%	23,53%

La respuesta inicial de los expertos ante esta cuestión no es determinante, dado que se distribuyen equitativamente entre los diferentes grados de acuerdo, desacuerdo y abstención.

Como podemos observar en el siguiente gráfico, los resultados logrados en la segunda ronda del cuestionario vienen a reforzar los obtenidos en la

⁷⁶ Esta enmienda introducida establece que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, planificará las frecuencias necesarias, si existe la posibilidad técnica, para la gestión indirecta del servicio de televisión local de proximidad por parte de entidades sin ánimo de lucro, siempre que se encuentren amparadas en la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres.

primera vuelta de encuestas. Suponen el afianzamiento de la opción favorable al 'desacuerdo' con algo más del 50% de las respuestas



Por ello, podemos considerar que esta enmienda de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (LISI) no permitirá la supervivencia de aquellas emisoras 'históricas' que no hubieran obtenido una licencia de TDT local en los concursos de adjudicación. Parece, por tanto, que nuestros expertos consideran no queda asegurada la persistencia de sus actividades.

Cuestiones sociales:

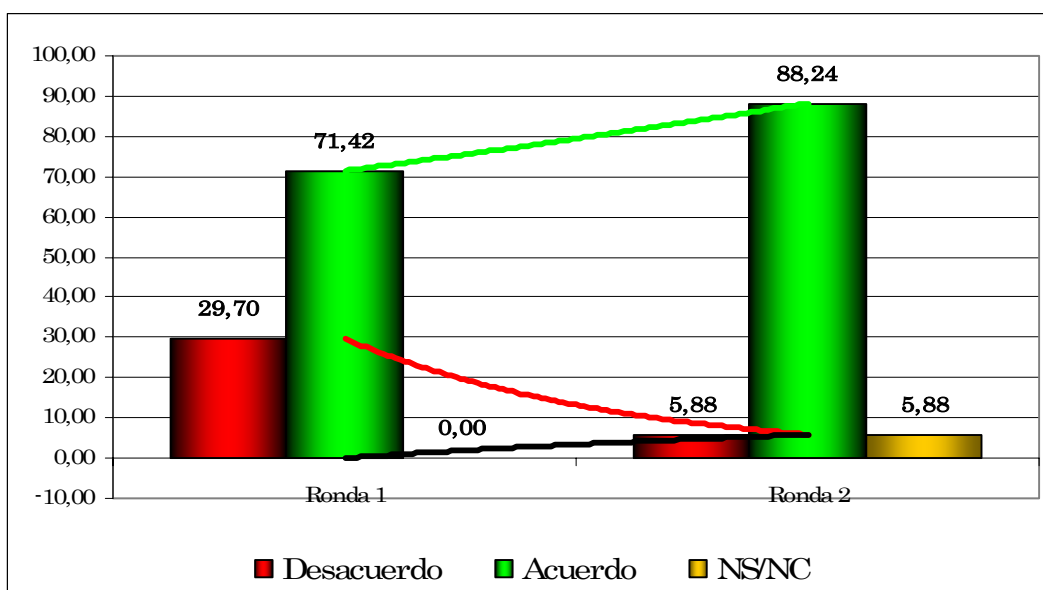
26. La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
29,70%	71,42%	0,00%	5,88%	88,24%	5,88%

Ante una menor penetración de los ordenadores personales y las conexiones de banda ancha en nuestro país con respecto a la media europea, la televisión podía configurarse como un elemento que contribuya a paliar los efectos de la 'brecha digital'. Los ciudadanos podrían acceder a los servicios de valor añadido a través de un electrodoméstico como el televisor, cuya penetración es prácticamente universal.

Así se refleja en las respuestas de nuestros expertos. Más del 70% considera que la televisión local puede desempeñar un papel protagonista en el acceso de los ciudadanos a este tipo de servicios que ofrece la Sociedad de la Información.

Unos resultados que serán confirmados posteriormente. De hecho, casi un 90% de los expertos cuestionados en una segunda ronda considera que la televisión local es clave en la introducción de los servicios de la Sociedad de la Información. Se consolidan así los primeros resultados obtenidos, con una reducción drástica de las respuestas contrarias y las abstenciones que apenas consiguen un 6%.



27. Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.

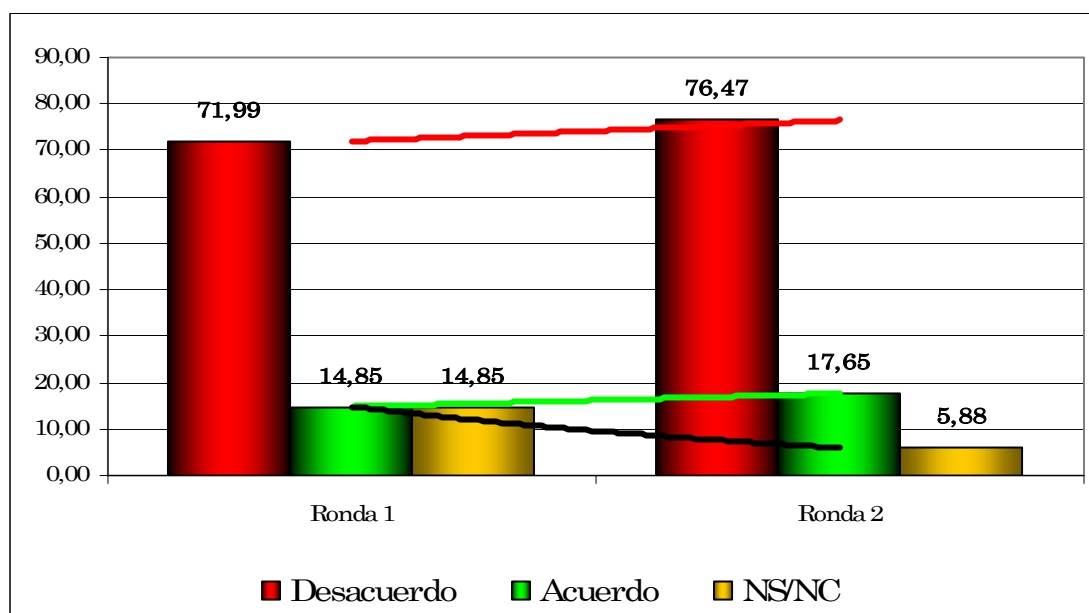
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
71,99%	14,85%	14,85%	76,47%	17,65%	5,88%

El éxito del proceso de transición a la TDT residirá, entre otros factores, en que éste se realice con las mínimas molestias para la población española. Para ello, es necesario que estemos informados sobre cuáles son las implicaciones de este cambio de tecnología. No sería aceptable que el apagado de las emisiones analógicas se produjera en 2010 dejando a miles de hogares sin televisión, sobre todo, cuando es el medio más utilizado para recibir la información.

Por todo ello, es especialmente importante la opinión de los expertos, ya que casi el 72% de los encuestados considera que la población española no tiene la suficiente información sobre este proceso, a menos de tres meses del inicio del apagado por fases de las emisiones de televisión analógico. Es, por

tanto, necesaria la implementación de campañas de información dirigidas especialmente a determinados segmentos de la población que, por sus propias características, tienen más problemas para adaptarse a la nueva situación.

Rotundos son las respuestas que ofrecen los expertos cuando se les pregunta sobre si los ciudadanos tienen suficiente información sobre la TDT y los cambios que ésta conlleva. Los resultados de la segunda vuelta vienen a confirmar la postura inicial de la falta de información que tenemos sobre este proceso. Como podemos observar en el gráfico, este crecimiento de la categoría 'desacuerdo' se produce a costa de la abstención.



Todo ello a pesar de las inversiones que las diferentes Administraciones están realizando para informar a sus ciudadanos. Éste es uno de los elementos en todo el proceso, ya que esta transición de tecnología no debería afectar al acceso universal de los ciudadanos al servicio público de televisión.

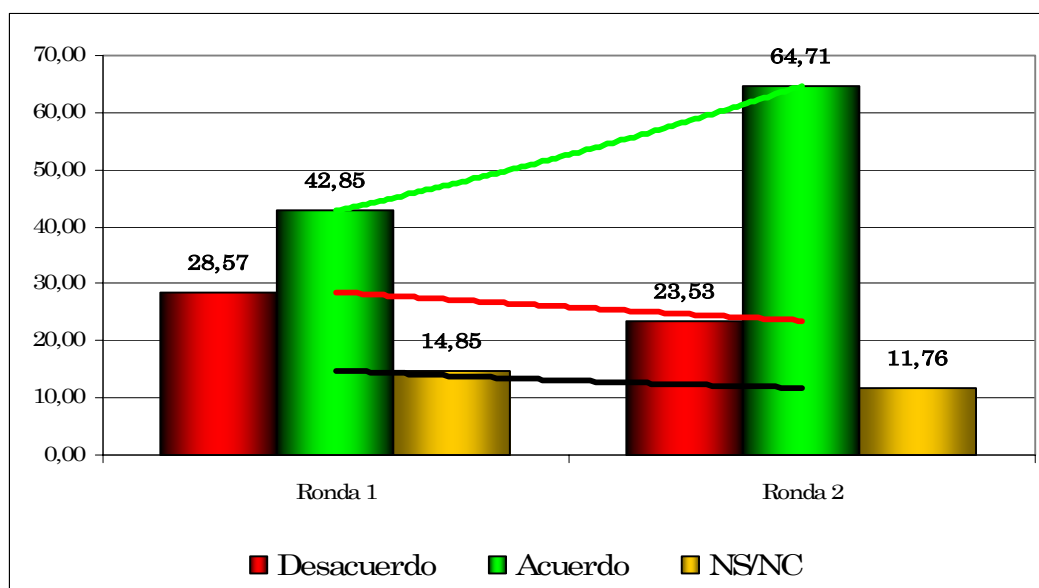
28. El cumplimiento de las funciones del servicio público de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) quedará relegado a las televisiones locales de titularidad pública.

RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
28,57%	42,85%	14,85%	23,53%	64,71%	11,76%

Ante la previsible competencia entre las cadenas comerciales de cada demarcación en busca de recursos económicos, la supervivencia de las mismas, las emisoras deberán adoptar las funciones de servicio público a los ciudadanos de su demarcación. Éstas deberán ofrecer los contenidos o formatos de televisión que no son rentables para las televisiones comerciales por su falta de rentabilidad pero que pueden resultar interesantes para la ciudadanía a la que se dirigen.

Ésta es la opinión de la mayoría de los expertos. Un 42,85% de los profesionales encuestados considera que serán las televisiones locales de titularidad pública las que acaben prestando este tipo de servicios. Estas televisiones, financiadas con dinero público, deberán por tanto ocuparse de aquellos contenidos y servicios que no resulten económicamente rentables para los operadores de TDT local de titularidad privada.

La mayoría de los expertos están de acuerdo en afirmar que las obligaciones de servicio público quedarán relegadas a las televisiones de titularidad pública, confirmándose así los resultados iniciales. Las televisiones privadas, por tanto, buscarán aquellos contenidos que sean atractivos para su audiencia potencial, tratando de maximizar los ingresos comerciales.



Cuestiones sobre programación:

29. Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.

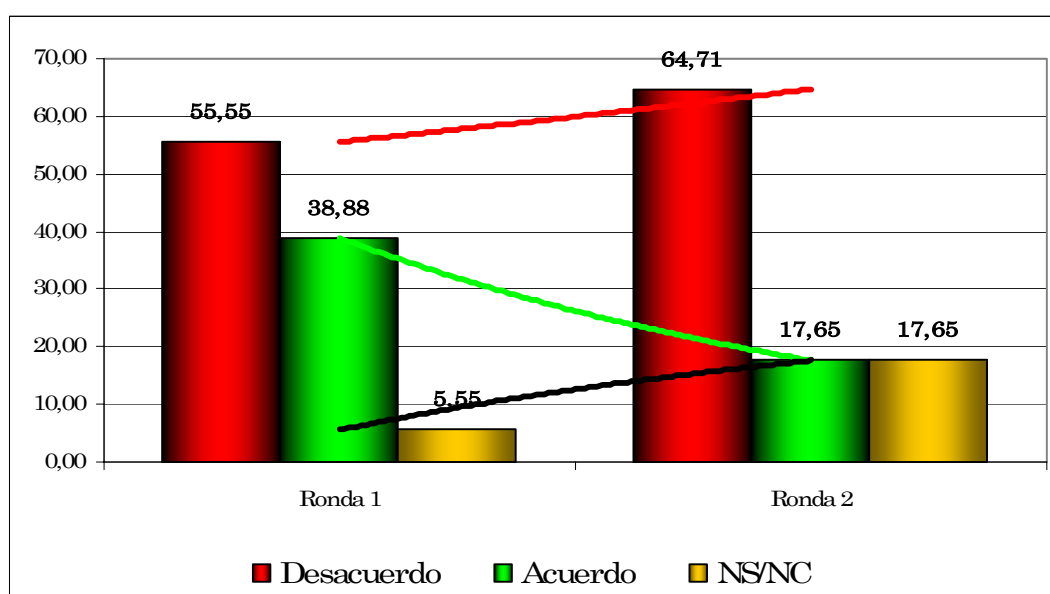
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
55,55%	38,88%	5,55%	64,71	17,65	17,65

Los contenidos son la clave para el éxito de las televisiones locales. Ante un mercado de televisión sumamente competitivo –y que se verá agudizado con el arranque definitivo de la TDT en abril de 2010– las televisiones locales pueden y deben diferenciarse del resto de operadores locales, pero también autonómicos y nacionales, por el tipo de programas que ofrecen a los ciudadanos de las demarcaciones a las que se dirigen. Un tipo de posicionamiento –razón de ser de este tipo de emisoras– son los contenidos locales o de proximidad. Contenidos y/o servicios que pueden llevar al espectador a identificarse con una televisión local alternativa al resto de cadenas.

Sin embargo, tras plantear a los expertos que participan en nuestra investigación qué interesa más a los ciudadanos –contenidos locales frente a generalistas– nos encontramos con que no existe una respuesta clara al respecto. Si bien algo más del 50% de los encuestados considera que los contenidos locales son más interesantes para la ciudadanía, un 38,88% apuesta por los contenidos generalistas. Esto puede deberse a que, aunque la programación local resulte interesante a la ciudadanía, éstos siguen demandando contenidos generalistas para completar su oferta audiovisual.

Se confirma en segunda ronda la tendencia ya observada en la ronda preliminar de la investigación. Así una importante mayoría de los expertos encuestados (65%) considera que los contenidos locales no son tan atractivos para los ciudadanos como los generalistas o especializados.

De los resultados obtenidos en esta fase podemos observar al mismo tiempo un descenso de la opción 'acuerdo', así como un crecimiento de la abstención hasta un 17,65%.



30. Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.

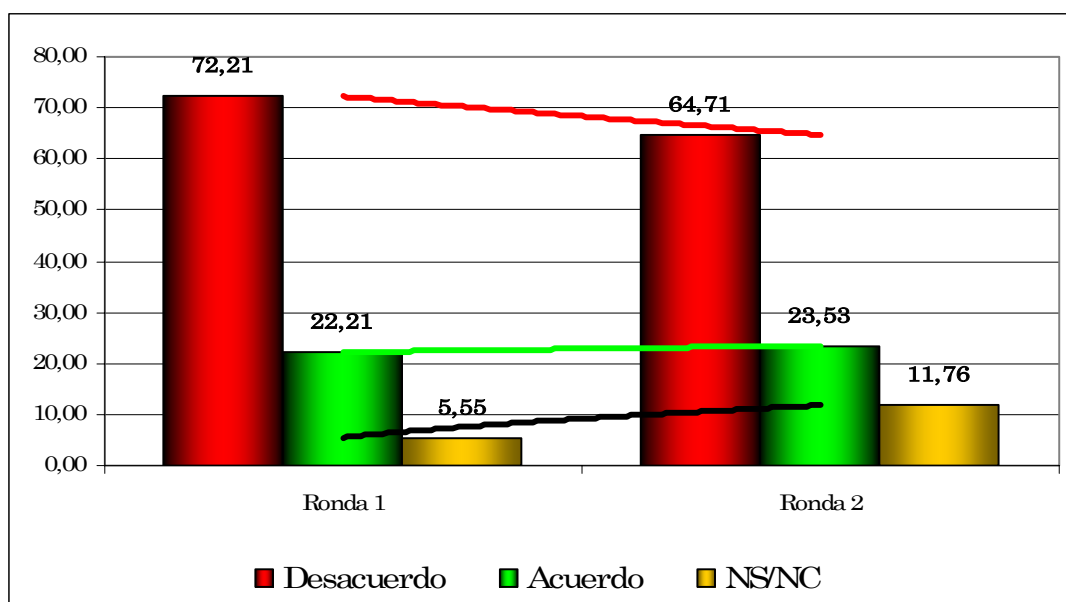
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
72,21%	22,21%	5,55%	64,71%	23,53%	11,76%

El posicionamiento de las televisiones locales en un tipo de contenido de proximidad debe permitir la diferenciación del resto de operadores en competencia. Este hecho además debe tener su correlación en las audiencias cosechadas y, lo que es aún más importante, en sus cifras de negocio.

En este sentido consideramos interesante preguntar a los expertos su opinión sobre la posibilidad de que las televisiones locales pudieran subsistir programando contenidos estrictamente locales. Dado que, como mostraba la pregunta anterior, la programación local es atractiva para los espectadores, una cadena de televisión local puede mantenerse en el mercado basando su estrategia de programación en contenidos locales. Al menos así lo considera el 72% de los encuestados que consideran que una televisión de proximidad puede ser económicamente viable.

Aunque los resultados de la segunda ronda de la investigación confirman los obtenidos inicialmente, podemos observar un descenso en el nivel de acuerdo entre nuestros expertos. De este modo, frente al 72,21%, el 64,71% de los encuestados en esta ronda consideran que las televisiones locales no pueden subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales, que, por otro lado, se consolidan como un elemento diferenciador.

Al mismo tiempo, observamos en el gráfico un aumento de la abstención que se sitúa alrededor del 12%, junto con un leve crecimiento del 'acuerdo'.



31. Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.

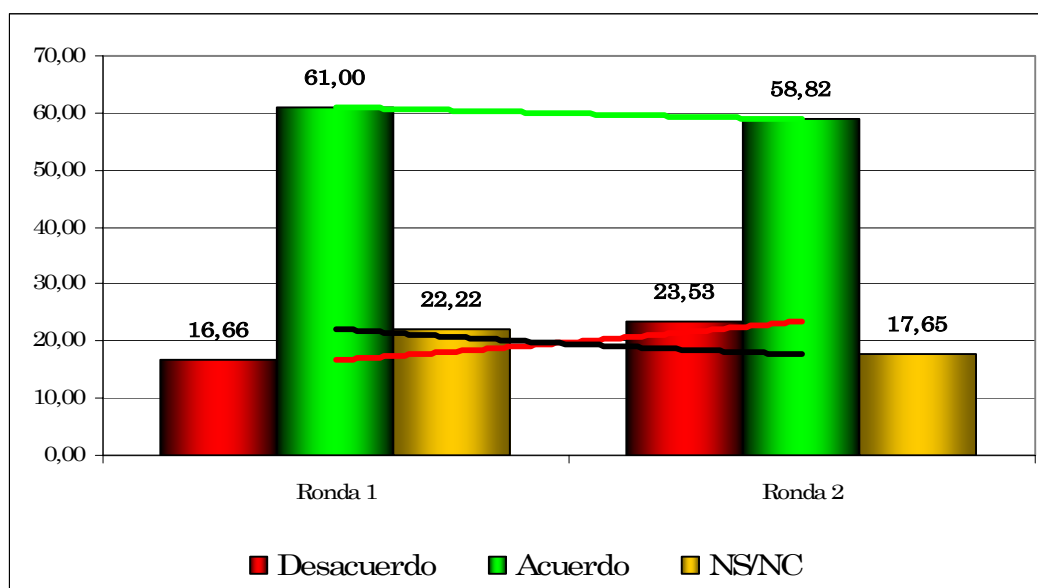
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
16,66%	61,00%	22,22%	23,53%	58,82%	17,65%

La viabilidad económica de las televisiones, como analizamos en el capítulo 2. La televisión local en España, no es cuestión baladí. Son numerosos los factores (falta de una regulación aplicable, la entrada de los grupos de comunicación, etc.) que han condicionado la supervivencia de las empresas de televisión local que venían operando en nuestro país desde los años ochenta. Situación que se complica aún más con la llegada de la TDT que obliga a los empresarios a reconvertirse o desaparecer. Todas estas cuestiones han llevado a muchas emisoras locales de televisión a unirse y asociarse creando redes (ver apartado 2.1.4. Las asociaciones de televisión local) de muy diverso tipo. Además de ofrecer una serie de servicios comunes, estas redes brindan la posibilidad a sus asociados de completar sus parrillas de

televisión mediante la compra conjunta de contenidos generalistas que complementan los programas locales que ellos mismos producen.

Por este motivo, consideramos interesante incluir en el cuestionario una pregunta relacionada con la necesidad de completar, o no, los contenidos locales de una cadena de televisión con programas generalistas procedentes de su pertenencia a una red. El 61% de los expertos están de acuerdo en la necesidad para las emisoras locales de contar con contenidos generalistas para completar su programación. De esta manera, se podrán satisfacer los intereses y necesidades del público al que se dirigen. Pero, además, debemos destacar un nivel significativo de abstención a la pregunta, ya que un 22% de los encuestados prefieren no responder al enunciado propuesto.

Si comparamos los resultados obtenidos entre ambas vueltas, podemos apreciar pocos cambios importantes. Por un lado, se mantiene la opción mayoritaria del 'acuerdo' con un 59% de los expertos. Frente al 24% que se muestra en desacuerdo con el enunciado, que experimenta el mayor crecimiento de las respuestas. Como podemos observar en el gráfico, se mantienen todavía los niveles de abstención cercanos al 18% y que son todavía significativos si se comparan con las respuestas globales.



Por tanto, nuestros expertos consideran que los contenidos generalistas – que pueden proceder de la pertenencia a una red de televisiones-, son una opción a tener en cuenta para completar la parrilla, favoreciendo así la atención del público potencial.

32. La pertenencia de una televisión local a una red de emisoras desvirtúa el carácter local de los contenidos de dicha emisora.

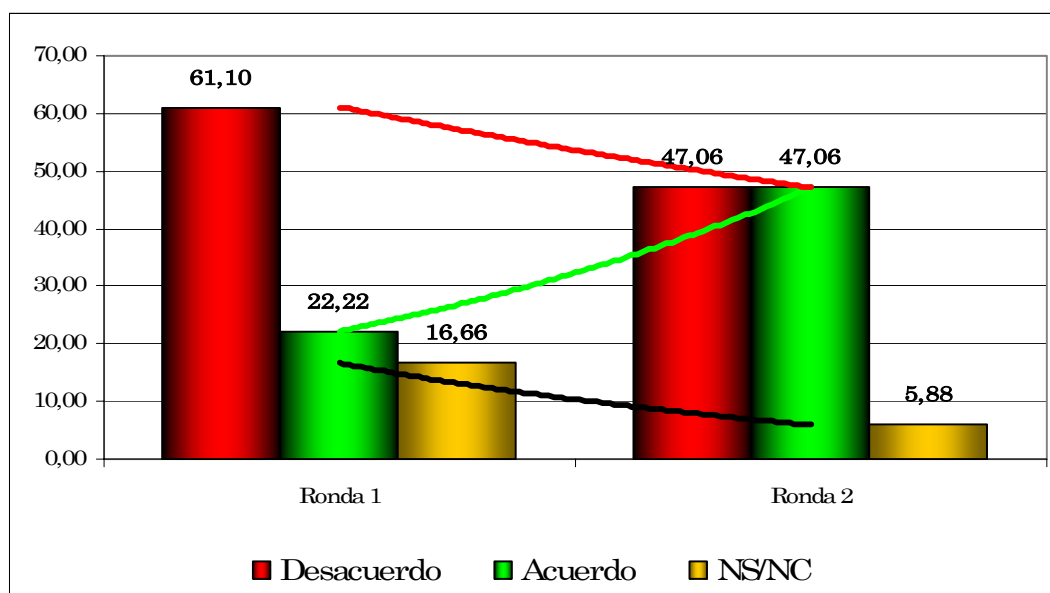
RONDA 1			RONDA 2		
DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
61,10%	22,22%	16,66%	47,06%	47,06%	5,88%

Una cuestión derivada de la anterior que podemos preguntarnos es si la pertenencia de una cadena de televisión local, con la consecuente emisión de contenidos generalistas, pueden llevar a distorsionar el modelo de 'proximidad' de la televisión. En algunas ocasiones, la pertenencia a una red puede suponer para las afiliadas la obligación de emitir 'en cadena' una serie de contenidos generalistas dejando únicamente determinadas bandas para la emisión de los contenidos propios de cada televisión.

Planteada la cuestión a los expertos consultados, parece evidente que la pertenencia a una red de televisiones no debe tener consecuencia alguna en el modelo de 'proximidad' de una emisora. Por tanto, según el 61,10% de los encuestados, el carácter local de una cadena no debe verse modificado por su afiliación a una determinada asociación de televisiones locales.

Esta es la única pregunta en la que, tras las dos rondas de preguntas a los expertos, no se ha obtenido una respuesta determinante. De hecho, tras el acuerdo inicial de los expertos en torno a la opción de 'desacuerdo, la segunda ronda de cuestionarios supone el mantenimiento de la polarización entre acuerdo y desacuerdo.

De esta manera, observamos la disminución del 'desacuerdo', la opción predominante en un primer momento, para posteriormente llegar a un empate técnico (47,06%) entre las dos respuestas mayoritarias; así mismo, apreciamos un descenso en el nivel de abstención de unos 10 puntos.



Por todo ello, no hemos podido extraer consecuencias determinantes sobre si la pertenencia a una red desvirtúa el carácter local de sus emisoras.

5. Conclusiones finales: validación de la hipótesis

Tras el análisis del marco teórico de nuestro objeto de estudio (capítulos 2 y 3) y, sobre todo, tras realizar el cuestionario Delphi a nuestros expertos (capítulo 4) se trata en este momento de determinar cuáles son los principales aspectos que determinarán la evolución del mercado local de televisión en el horizonte temporal establecido, y que necesariamente condicionarán las posiciones competitivas de este tipo de empresas. La previsión de posibles escenarios de futuro nos permitirá conocer con cierto grado de error cómo se producirá la evolución de las condiciones empresariales para las televisiones de este sector. Al identificar los principales aspectos que marcarán un futuro escenario, podrán diseñarse estrategias empresariales y desarrollarse medidas económicas de apoyo para este mercado.

El objetivo de este capítulo es, por tanto, definir los factores que condicionarán el mercado de la televisión local en el ámbito geográfico de la Comunidad de Madrid, una vez consolidada la transición a la Televisión Digital Terrestre. Procederemos así a desarrollar un análisis pormenorizado de las conclusiones que podemos extraer de la investigación realizada.

De esta manera, si tenemos en cuenta lo expuesto en el capítulo anterior y las conclusiones obtenidas al preguntar a nuestros expertos podemos concluir que el paso de la televisión analógica a la Televisión Digital Terrestre supondrá finalmente para los empresarios de este sector la **normalización y legalización definitiva** (P.4. y P.7.). Completado el apagado analógico de las emisiones, que supondrá la desaparición final de aquellas emisoras que no obtuvieron licencia de TDT para este ámbito de cobertura, cabe esperar un nuevo mercado que, como veremos más adelante, se presenta como altamente competitivo, pero en el que desaparece la inseguridad jurídica a la que han tenido que enfrentarse este tipo de empresarios desde su nacimiento a principios de los años ochenta.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.1.	El apagado de las televisiones locales se producirá con anterioridad al de las televisiones nacionales y autonómicas.	38,88%	55,55%	5,55%	58,82%	41,1%	0,0%
P.4	El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	49,99%	27,77%	22,22%	41,18%	47,0%	11,7%
P.7	La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.	33,32%	38,88%	27,77%	17,6%	64,7%	17,6%

No obstante, esta transición no se presenta como una empresa fácil. En primer lugar porque ni los mismos empresarios, trabajadores y estudiosos del medio parecen ponerse de acuerdo sobre cuál será la **fecha definitiva para el cese de las emisiones analógicas de televisión local** (P.1.). A pesar de que el PTNTDTL definía el 1 de enero de 2008 como la fecha elegida para el principio del fin de las televisiones locales analógicas, esta investigación se ha cerrado sin que éste se haya producido. No sólo no se ha completado –muchos concursos de adjudicación, como es el caso de la Comunidad de Madrid, están recurridos ante los tribunales de justicia- sino que no hay una comunicación oficial por parte de la Administración sobre una nueva fecha para completar la transición al nuevo escenario digital. Todos los datos parecen indicar que el sector local de la televisión apagará sus emisiones analógicas sincrónicamente con el ámbito autonómico y nacional el próximo 3 de abril de 2010.

Además, tenemos que reseñar los posibles obstáculos en este proceso de transición tecnológica. Nuestros expertos consideran probable el incumplimiento en los plazos de cobertura, así como el ritmo de adaptación de los hogares para recibir la señal de TDT. Los acontecimientos recientes parecen confirmar su opinión: a aprobación del Real Decreto-ley 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones, viene a habilitar el uso del satélite para garantizar la cobertura universal de la TDT, permitiendo que su señal alcance las zonas “dispersas y aisladas del territorio y

cuya cobertura mediante emisores terrestres de televisión supone un coste desproporcionado".

Así mismo, la falta de información entre la población complica el éxito del apagado de las emisiones analógicas de televisión en nuestro país. A pesar de las diferentes iniciativas de comunicación que se han puesto en marcha (campañas de información, publicidad y promoción en los medios de comunicación, etc.), los ciudadanos no están suficientemente informados sobre la dimensión del proceso de cambio en el que estamos involucrados (P.27.). Este hecho implica que la transición pueda completarse en las fechas establecidas por el PTNTDT y que, según el Plan Nacional de Transición a la TDT⁷⁷ debe realizarse cuando la cobertura de la Televisión Digital Terrestre sea similar a la analógica y el grado de penetración de ésta permita una sustitución que suponga el menor perjuicio posible.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.27	Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.	71,99%	14,85%	14,85%	76,47%	17,65%	5,8%

Otro de los obstáculos a los que se enfrenta el nuevo mercado de televisión local es la falta de acuerdo sobre la adjudicación de las licencias de TDT locales. Aunque los procesos de concesión de licencias no son nunca una tarea sencilla por la multitud de condicionamientos –económicos, políticos, sociales, etc.- que intervienen, el sector local asiste a un período de cambio radical en sus operadores. Realmente, la digitalización de la televisión ha supuesto, de facto, una **reordenación de los operadores locales de televisión** (p.21.). Unos procedimientos de concesión que, en muchos casos, se ha llevado a cabo con cierto grado de oscurantismo y favoreciendo

⁷⁷ Aprobado por el Consejo de Ministros del 7 de septiembre de 2007

especialmente a los Grupos de comunicación afines a los gobiernos autonómicos con independencia de su signo político (P.20.)⁷⁸.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.20	La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.	44,44%	44,44%	11,11%	52,94	17,65	29,41
P.21	El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.	44,43%	44,43%	11,11%	23,5%	47,0%	29,4%

Por todo ello, asistimos a un cambio evidente en el tejido empresarial del sector local de televisión en España imputable, no a factores económicos como cabría esperar, sino a decisiones políticas, que una vez más condicionan la marcha de la industria. Las televisiones 'históricas', así como aquellas que se nutrían de los ingresos procedentes de las líneas telefónicas de pago (805, 906), dejarán paso a un mercado de televisión local bien distinto, en el que los Grupos de Comunicación han implantado un modelo de televisión generalista que se completa con una cantidad mínima de contenidos locales originales.

⁷⁸ Un caso especialmente relevante es el de la Comunidad de Madrid. Como veíamos en el capítulo 3. *La televisión local digital en la Comunidad de Madrid*, el gobierno de Esperanza Aguirre concedió las licencias de TDT local primando determinados intereses ideológicos y no considerando la experiencia en el mercado como un factor esencial.

Si tenemos en consideración los aspectos económicos, podemos destacar que el mercado local de televisión estará marcado por los **problemas de viabilidad financiera**. Un tipo de dificultades que no son nuevas para el sector. La inestabilidad jurídica ya apuntada que ha arrastrado este sector desde su nacimiento ha supuesto graves dificultades para aquellos intrépidos empresarios que querían operar en este mercado. Si bien la TDT podría erradicar definitivamente esta inseguridad normativa para las empresas de televisión local, este proceso de transición añadirá nuevas dificultades económicas a las ya existentes.

Por un lado, porque las empresas de televisión local que venían operando en el mercado analógico deben adaptarse a la nueva situación, lo que necesariamente acarreará nuevas partidas de gastos en equipamientos, distribución de señal, formación de los trabajadores, etc. (P.9.) Al mismo tiempo, y hasta que se concrete definitivamente el 'apagón', estas empresas pueden verse obligadas a pagar simultáneamente los costes de emisión con tecnología analógica y digital con la intención de llegar a la mayor población posible.

Por otro, todos estos gastos de transición tecnológica no son contemplados por las televisiones emergentes en un entorno digital. Estas nuevas televisiones, fruto de la adjudicación de una licencia digital en una o varias demarcaciones, técnicamente hablando, sólo deben hacer frente a los gastos de establecimiento. Unos costes que son cuantitativamente más importantes con esta tecnología.

Estos gastos deben sumarse a la limitación de recursos económicos del mercado publicitario (P.10.). La viabilidad de las emisoras de TDT locales no está garantizada en un nuevo escenario digital (P.8. y P.14.). El diseño de demarcaciones establecido por el PTNTDTL tiene consecuencias decisivas en la distribución de este tipo de televisión. De hecho, el PTNTDTL supone en términos generales el incremento en el número de cadenas de televisión local. Un crecimiento que además no está relacionado con las posibilidades reales del mercado. Mientras que en determinadas demarcaciones el Plan Técnico

no contempla suficientes emisoras para asegurar la supervivencia de todas las emisoras analógicas, podemos encontrarnos con demarcaciones que cuentan con cuatro TDT locales (tres de titularidad privada y una pública) donde previamente no existía ninguna. Esto supone, por tanto, la creación 'artificial' de un mercado de televisión local en zonas territoriales que no habían sido atractivas para la iniciativa privada.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.8	La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.	77,77%	22,22%	0,00%	82,35%	11,76%	5,88%
P.10.	El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012.	55,54%	27,77%	16,66%	58,82%	29,41%	11,76%
P.14	El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.	55,54%	38,88%	5,55%	82,35%	5,88%	11,76%
P.15	Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.	38,88%	49,99%	5,55%	35,29	64,71	0,00
P.18	La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y la reparto de los gastos de emisión.	33,32%	49,99%	16,66%	17,65%	82,35%	0,00%

Al mismo tiempo, la multiplicidad de emisoras de televisión por cada demarcación supondrá con total probabilidad el recrudecimiento de la competencia en dicha zona geográfica. Las cadenas privadas –y posiblemente la de titularidad pública- deberán luchar en el mercado por acaparar los recursos económicos 'limitados' tratando de este modo de ser económicamente rentables. Lógicamente es posible pensar que no todas consigan este objetivo, por lo que sería, por tanto, de esperar la desaparición o reconversión de su modelo de negocio. Esta reconversión puede proceder bien de la venta de la licencia de TDT local obtenida o de su adscripción a una red de televisiones, que de aquellas emisoras locales que no sean económicamente viables (P.15). Como veremos más adelante, la pertenencia a una red de televisiones puede permitir a los empresarios obtener una parte

de la programación –de carácter generalista- que complemente su parrilla conformada con contenido de proximidad y que atraiga la atención de su público potencial, el de la demarcación o demarcaciones para las que tenga licencia de emisión (P.18.).

Por todo lo anteriormente expuesto, se hace evidente la **necesidad de un nuevo modelo de negocio**. El modelo publicitario ofrece recursos 'limitados', que se presentan como insuficientes para poder mantener el diseño de la TDT local establecido por el Gobierno (p.10. y P.14.). Máxime en un momento en el que asistimos a la fragmentación de las audiencias del mercado de televisión en España, impulsada por la multiplicación de la oferta de canales y que está llevando a las televisiones generalistas a la búsqueda de fuentes adicionales gracias a las sinergias con otros medios como, por ejemplo, Internet.

Se hace preciso, por tanto, un nuevo sistema que asegure a los empresarios locales la posibilidad de captar nuevos recursos económicos que complementen los ya obtenidos por los ingresos publicitarios. Los servicios interactivos, en este sentido, se presentan para las televisiones locales no sólo como un elemento diferenciador sino como una oportunidad de ampliar las fuentes de financiación (P.11.). No obstante, debemos ser prudentes en este punto. Si bien las televisiones locales pueden encontrar en los servicios interactivos una ventaja competitiva (P.17.) con respecto a otras cadenas locales, autonómicas y nacionales, el nivel de desarrollo de este tipo de aplicaciones es incipiente. Una dificultad a la que hay que añadir la escasez en la implantación de los decodificadores interactivos con el estándar MHP (*Media Home Platform*). Sin embargo, la inminente llegada de la TDT de pago puede dar un vuelco a estas circunstancias.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.17	La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.	38,88%	33,32%	27,77%	29,41	70,59	0,00
P.11	Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.	38,88%	38,88%	22,22%	29,41	58,82	11,76

Otras de las cuestiones que se les planteó a nuestros expertos era la posibilidad de que la emisión de las televisiones tendiera a realizarse en 'multipantalla' o 'multiplataforma' (P.2.). Esto es la oportunidad de aprovechar los contenidos producidos para su emisión terrestre y, adaptándolos a las características propias de cada medio, posicionarlos para su consumo a través del móvil o Internet. De esta manera, y con poco coste añadido, las emisiones de una televisión local estarían disponibles para un público potencial mayor, que excedería del preestablecido por el PTNTDTL. Ya podemos encontrar ejemplos de televisiones locales que están experimentando en este sentido⁷⁹. No obstante, los profesionales encuestados no consideran esta posibilidad a corto plazo.

Una delicada situación económica, junto con los condicionamientos políticos de las licencias de TDT local, puede llevarnos a la **concentración** de emisoras locales de televisión a manos de los grandes **Grupos de comunicación** de nuestro país (P.24). Si bien los procesos concursales ya están dibujando un panorama de televisiones locales adscritas a las marcas comerciales de estos Grupos, es de prever que estos conglomerados empresariales se irán haciendo con el control del mercado local, que les permite consolidar nuevas ventanas de explotación para sus contenidos generalistas. Se confirma así una tendencia que se inicia en los años noventa al calor de la legalización del sector. Estos Grupos, agotadas las posibilidades de expansión a nivel nacional, ven en el sector local nuevas posibilidades de negocio y consideran fundamental el posicionamiento en este ámbito para frenar cualquier posibilidad de crecimiento de empresas ya existentes, así como cerrar la entrada de actores emergentes.

Estos conglomerados empresariales, a pesar de la difícil situación económica que están atravesando en estos momentos como consecuencia de la crisis económica y de los cambios que se están produciendo en los medios de comunicación concretamente, son los que están mejor posicionados para poder afrontar una nueva etapa, mucho más competitiva,

⁷⁹ Véase el caso de Maresme Digital TV. Consultar <http://www.maresmedigital.tv/>

en el mercado de televisión local. La desaparición de aquellas emisoras que no sean económicamente rentables puede habilitar un nuevo hueco para acaparar definitivamente el sector. De este modo, los Grupos de Comunicación más fuertes podrán ir adquiriendo o firmando acuerdos de asociación con aquellos empresarios independientes que no puedan mantener sus cadenas de televisión local.

No obstante, esta concentración horizontal en el ámbito local que puede producirse no implica necesariamente la estabilización definitiva del sector (P.12.). De hecho, nuestros expertos consideran la opción contraria. La traslación de la competencia de estos Grupos al ámbito local puede suponer el recrudecimiento de la lucha por las audiencias y, por ende, de los recursos económicos, sin que todas las TDT locales dispongan de los medios necesarios para combatir en igualdad de condiciones.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.12	La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.	44,44%	55,55%	0,00%	47,06%	41,18%	11,76%
P.24	En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.	38,88%	44,44%	16,66%	17,65%	52,94%	29,41%
P.30	Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.	72,21%	22,21%	5,55%	64,71%	23,53%	11,76%

Además, no podemos olvidar una de las consecuencias necesarias de las estrategias empresariales de estos Grupos: el **debilitamiento del carácter de proximidad** de los contenidos del mercado de televisión local. El aprovechamiento en el ámbito local de los contenidos generalistas de los que disponen estos Grupos puede resultar en principio atractivo para el público potencial (P.30.), pero relegan los contenidos locales que sirven para completar la parrilla de programación y diferenciar mínimamente unas emisoras de otras.

Y es que los contenidos son la clave en cualquier mercado de televisión pero constituyen la razón de ser en el caso de las cadenas de televisión local. En un mercado de televisión tan competitivo como el español, y en el que la multiplicación de la oferta de contenidos (televisión de pago y Televisión Digital Terrestre) ha provocado la fragmentación de las audiencias, las televisiones locales deben luchar por ofrecer contenidos alternativos (p.19), una programación atractiva para los ciudadanos a los que se dirige y que diferencie necesariamente los contenidos generalistas y especializados del resto de operadores.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.16	La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura nacional y autonómica.	22,22%	49,99%	27,77%	0,00%	94,12%	5,88%
P.19	El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.	33,33%	44,43%	22,22%	35,29%	58,82%	5,88%
P.29	Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.	55,55%	38,88%	5,55%	64,71%	17,65%	17,65%
P.30	Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.	72,21%	22,21%	5,55%	64,71%	23,53%	11,76%
P.31	Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.	16,66%	61,00%	22,22%	23,5	58,82%	17,65%

Sin embargo, nuestros expertos consideran que los contenidos locales no son suficientes para ser económicamente rentables (P.16. y P.30.). No es que no despierten interés (P.29), sino que el espectador se siente atraído por determinados contenidos que ofrecen las televisiones locales y que complementan su 'menú' televisivo de acuerdo a sus propios intereses. Por ello, los participantes en nuestro estudio consideran la posibilidad de

asociación a una red de televisiones como una vía para obtener una serie de programación generalista que atraiga al espectador y lo mantenga fiel a la cadena. (P.31).

Por el contrario, este tipo de técnicas, muy utilizadas por los Grupos de Comunicación, conllevan el peligro, en muchos casos, de marginación de los contenidos locales que se colocan para completar o rellenar la parrilla de programación. Se produce, de este modo, una desvirtuación del carácter de proximidad de los contenidos que viene, como hemos visto, desde el mismo concepto de demarcación, que amplía el ámbito de cobertura de este tipo de operadores. Este crecimiento del número de espectadores potenciales 'obliga' al operador local a ampliar la temática de este tipo de contenidos para satisfacer los gustos de todos los espectadores.

Por último, otros aspectos que podemos concluir de nuestra investigación son los siguientes:

- La TDT local se configura como puerta de acceso a la Sociedad de la Información (S.I.). Tanto la proximidad de las que las televisiones locales como la familiaridad de uso del televisor son aspectos que permitirán minimizar el impacto de la 'brecha digital'. Consiguiendo así que colectivos 'desconectados' de las tecnologías digitales puedan disfrutar de un acceso sencillo y gratuito a este tipo de servicios de la S.I. Al mismo tiempo, la especial relación con el espectador supondrán para las televisiones locales una ventaja competitiva a la hora de prestar determinados servicios. Esta cercanía al ciudadano/usuario le permite conseguir una mejor personalización de aquellos servicios más importantes para una comunidad.

	RONDA 1			RONDA 2		
	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.26 La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.	29,70%	71,42%	0,00%	5,88%	88,24%	5,88%

- La supervivencia de las llamadas televisión locales 'históricas' (P.22 y P.25) en un nuevo entorno estrictamente digital es un elemento que no parecer estar claro por el momento. A pesar de que la enmienda introducida por la LISI establezca la posibilidad de habilitar frecuencias de emisión para aquellas televisiones de proximidad que no hubieran obtenido licencia de TDT local, nuestros expertos se posicionan claramente de acuerdo con la posibilidad de que estas televisiones puedan desaparecer sin que la LISI pueda impedirlo. Por tanto, este tipo de televisiones deberán buscar, en el caso de no conseguir finalmente permiso para emitir por onda terrestre digital, nuevas plataformas. Internet, en este sentido, puede consolidarse como el medio de difusión idóneo por el abaratamiento de los costes pero con el inconveniente de la necesidad de un ordenador personal y una conexión a la Red.

		RONDA 1			RONDA 2		
		DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC	DESACUERDO	ACUERDO	NS/NC
P.22	La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	55,54%	27,77%	16,66%	58,82%	29,41%	11,76%
P.25	La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones 'históricas' que no hubieran obtenido licencia en los concursos.	38,88%	33,32%	27,77%	52,94%	23,53%	23,53%

En definitiva, podemos concluir que la investigación realizada nos ha permitido contrastar la hipótesis planteada inicialmente como el escenario más probable de forma positiva. El escenario consensuado por nuestros expertos a través de la metodología Delphi es coincidente con el planteado por esta investigación.

5.1. Discusión

Un aspecto fundamental en la utilización de una determinada técnica de investigación es la fiabilidad de los resultados que a través de aquella se obtienen. Como explicamos en el capítulo 1. *Introducción*, al afrontar esta investigación consideramos que la metodología Delphi era la más adecuada para nuestro objeto de estudio si teníamos en cuenta la cantidad de cambios por los que atravesaba el sector, al igual que la indefinición de su futuro más próximo. La metodología que elegimos es considerada como una técnica muy adecuada para la previsión de acontecimientos y/o posibles escenarios. Esto se debe a que nuestros resultados se han logrado a través de un grupo de expertos que inciden en mayor o menor medida en este sector con la toma de decisiones diarias.

Si bien los resultados obtenidos tras aplicar esta técnica han confirmado el escenario que considerábamos como más probable, debemos ser conscientes de las limitaciones e inconvenientes de este método. Según Landeta *et al* (2001), deben considerarse determinados requisitos para valorar positivamente la fiabilidad de los resultados. Estos son los siguientes:

- **Estabilidad y calidad del panel.** Uno de los aspectos centrales para determinar la calidad de un estudio Delphi recae en la elección de los expertos. Es fundamental que este panel sea de calidad, ya que en esa medida lo serán los resultados grupales que se obtengan. De igual manera, el trabajo en sucesivas rondas requiere el cumplimiento y seriedad de éstos. La calidad del grupo de expertos que participó en este estudio es, sin duda, el aspecto que más fiabilidad otorga a investigación. Contamos con la participación de profesionales de distintas áreas del sector estudiado (televisiones locales públicas, privadas, personal de la Administración, etc.), así como estudiosos sobre la materia. Su implicación puede verse en el alto número de

participantes en la segunda ronda de la encuesta. El grado de respuesta durante el segundo cuestionario fue del 95%. Únicamente uno de los dieciocho expertos desertó antes del final de esta investigación.

- Uno de los elementos más complejos a la que tuvimos que enfrentarnos en este estudio es el **tiempo transcurrido entre rondas**, uno de los principales inconvenientes de cualquier cuestionario de estas características. Landeta indica este período de tiempo “puede distorsionar el estudio y llegar a desmotivar a los grupos participantes”. Por ello, se utilizó un sitio web y el correo electrónico como medio de comunicación para acortar en lo posible los tiempos de respuesta y decidimos limitar el estudio a dos rondas –en las que ya obtuvimos resultados significativos- para acortar la duración final y evitar así el cansancio de nuestros expertos. La duración de nuestro estudio fue de cuatro meses para la primera ronda y dos para la siguiente, por lo que el tiempo final fue de seis meses. Pero, a pesar de que el tiempo del estudio fuera más amplio del estimado inicialmente, consideramos más adecuado un alto nivel de participación de expertos, que nos permitiría obtener una mayor definición de los resultados.
- **Información cualitativa** recogida de los expertos que se realizó de dos maneras distintas. En primer lugar, el contacto directo con los profesionales del medio y los expertos universitarios ha sido fundamental a la hora de seleccionar y mantener el contacto con los participantes en este estudio. Por otro lado, la segunda manera de recopilar información ha sido a través del mismo cuestionario. En todo momento, el experto podía comentar o ampliar su respuesta realizando las aportaciones que considerara oportuno.
- **Consenso / convergencia de opiniones.** La segunda vuelta del cuestionario ha permitido aclarar los resultados iniciales en determinadas cuestiones. Como vimos en el apartado 4.2. *Interpretación de los resultados*, el conocimiento de las opiniones mayoritarias ha hecho reflexionar a algunos participantes y a modificar sus propias respuestas, disminuyendo la dispersión de las respuestas obtenidas en primer término. Gracias a esta metodología, hemos

conseguido mejorar el grado de consenso entre las opiniones de los expertos.

A pesar de cumplir con los requisitos de fiabilidad anteriormente mencionados, debemos reconocer que este estudio presenta ciertas limitaciones, algunas de las cuales son propias del tipo de metodología aplicada y otras, que son imputables al marco concreto en el que se ha llevado a cabo esta investigación. En primer lugar, debemos ser cautelosos a la hora de considerar los resultados. La previsión de acontecimientos futuros, independientemente del grado de probabilidad estimado, es una ciencia inexacta.

Si bien esta técnica nos ha permitido obtener información desde distintos puntos de vista, de profesionales que se encuentran implicados más o menos directamente en el sector analizado, que han conducido a la confirmación del escenario más probable, estos resultados pueden finalmente no concretarse. Esto se debe, entre otros factores, a que el devenir del mercado está sujeto, no sólo a factores intrínsecos, sino también a extrínsecos (políticos, legales, etc.) y que pueden condicionar la marcha del sector hacia uno u otro extremo.

Por otro lado, la metodología Delphi suele arrojar resultados que tienden a la homogeneización. Es decir, triunfan aquellos argumentos que más se repiten. El experto tiende a dejarse llevar por la opinión de la mayoría. Puede renunciar a la defensa de su opinión ante la persistencia del grupo en rechazarla.

Además, debemos destacar que cualquier experto está sometido al sesgo de la subjetividad y sus predicciones sobre sucesos desconocidos pueden resultar correctas o incorrectas casi con la misma frecuencia. Este problema se suele evitar con una correcta elección de los participantes.

De cara a posibles aplicaciones posteriores del método Delphi consideramos necesario realizar una serie de **mejoras** que podrían incrementar la calidad de los resultados del estudio:

- Ampliar el número de expertos que participen en la investigación. De esta manera, conseguiríamos una mayor implicación de los agentes participantes en el sector, mejorando necesariamente la calidad del trabajo final.
- Aumentar el número de rondas, mejorando de este modo la estabilidad de las respuestas obtenidas. Al incrementar el número de rondas del cuestionario, ofrecemos más posibilidades de interacción entre los expertos, permitiendo a éstos el grado de acuerdo en los resultados finales. En este sentido, es necesario continuar con esta línea de investigación en función de los resultados reales que se vayan produciendo a medida que se vayan superando las distintas fases de implantación de la TDT. De esta forma, se conseguiría una aproximación más real a un modelo de negocio efectivo que pueda satisfacer las inquietudes empresariales que conlleva esta gran diversificación de propuestas en el ámbito de lo local. Con este objetivo, sería conveniente introducir expertos que tuvieran relación directa con aquellas demarcaciones en las que las distintas fases de implantación de la TDT se vayan produciendo. La última fase del Delphi, se produciría una vez transcurrido un tiempo prudencial tras el encendido digital de abril de 2010.
- Recompensar la participación de los expertos, como refuerzo y compromiso de seriedad y continuidad de su colaboración. Previsiblemente podríamos reducir los tiempos de respuesta entre rondas y evitar el riesgo de deserción de los participantes.
- Contar con mayores recursos de investigación, lo que nos permitiría mejorar todos los aspectos anteriormente mencionados. Estos recursos consisten en acceso a las cuentas de resultados de las empresas una vez hecha públicas, encuesta a los usuarios finales sobre resultados de programación consolidados, etc.
- Completar los resultados del estudio mediante la aplicación de otras técnicas de tipo cualitativo como puede ser el DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) que sirvan de apoyo para tratar de comprender un fenómeno tan complejo como la televisión local.

Para concluir, consideramos que tras la realización de esta investigación se presentan nuevos temas relacionados con el presente de objeto de estudio que serán interesantes para futuros trabajos. Los modelos de negocio de las emisoras locales, la relación de éstas con su audiencia, el desarrollo de aplicaciones interactivas específicas para el ámbito local o la situación final del mercado tras el apagado de las emisiones analógicas son algunas de las futuras líneas de investigación que abre este estudio.

6. Referencias bibliográficas

6.1. Libros

- ALCOLEA, Gema. "Plan de impulso a la TDT en España". Jaén: El Olivo, 2006.
- ARNANZ, Carlos. "10 previsiones para dentro de 10 años" en GARCÍA MATILLA, Eduardo (comp.). *La nueva era de la televisión*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2001. pp. 198-202.
- ASTIGARRAGA, Eneko. "El Método Delphi". San Sebastián: Universidad de Deusto, 2005.
- ARENAS RAMIRO, Mónica. "La televisión privada". En: ESCOBAR ROCA, Guillermo (Coord.). "El derecho de la televisión: situación y perspectivas en la Comunidad de Madrid. Madrid: Dykinson, 2005. pp. 49-56.
- BARCA, Flavia (Ed.). "Le TV invisibili. Storia del settore televisivo locale in Italia. Roma: Radio Televisione Italiana, 2007.
- BERGANZA CONDE, Rosa M^a; RUIZ SAN ROMÁN, José A. "Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación". Madrid: McGraw Hill, 2005.
- BLUMENTHAL, H.J. y GOODENOUGH, O.R. "The Business of television". Billboard books. Nueva York, 2006.
- BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique. "La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados". Barcelona: Gedisa, 1999.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. "Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet". Barcelona: Paidós, 2004.
- CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (Ed.). "Radiotelevisión pública local y alternativa. Perspectivas. I Congreso de Radios y Televisiones públicas y culturales. Jerez de la Frontera, 23, 24 y 25 de enero, 1997". Sevilla: Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión, 1997.
- CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (Ed.). "Democratización de los medios, radio y TV comunitarias. II Congreso de Radios y Televisiones públicas y culturales. Sevilla, noviembre 1998". Sevilla: Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión, 1999.

- CHAPARRO ESCUDERO, Manuel (Ed.). "Perspectivas de la radio y televisión pública. I Congreso de Radios y Televisiones públicas y culturales. Sevilla, noviembre 1997". Sevilla: Emisoras Municipales de Andalucía de Radio y Televisión, 1998.
- CHINCHILLA MARÍN, C. (Ed.), *Legislación sobre televisión*. Madrid: Tecnos, 1997.
- DE AGUILERA MOYANO, Miguel; FERNÁNDEZ SORIANO, Emelina (Coords.). "Identidades regionales y locales en la era de la comunicación transnacional". Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga, 1998.
- DELGADO, Juan Manuel y GUTIÉRREZ, Juan (Coords.). "Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales". Madrid: Síntesis Psicología, 1999.
- DOBARRO, Sara. *La Televisión Digital en Europa*. Pontevedra: Editorial 9, 1998.
- ECO, Umberto. "Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura". México: Gedisa, 1988.
- ESCOBAR ROCA, Guillermo. "El derecho de la televisión: situación y perspectivas de la Comunidad de Madrid". Madrid: Dykinson, 2005.
- FARIAS, P. Y MULTIGNER, G. (Eds.). *La televisión local frente al reto del cable*. Zaragoza: Diputación Provincial, 1995.
- FERNÁNDEZ FARRERES, G. *El paisaje televisivo en España: características e insuficiencia de ordenación de televisión*. Madrid: Aranzadi, 1997.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto. "Formatos y contenidos de la televisión digital en Europa: algunas tendencias en un entorno cambiante" en GARCÍA MATILLA, Eduardo (comp.). *La nueva era de la televisión*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2001. pp. 146-149.
- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La travesía del desierto o el marco jurídico de la televisión local en España. De la ley de la selva a la televisión digital local". En: VIVAR ZURITA, H. (Coord.). "La televisión local ante el reto de la digitalización". Madrid: Felipe II Libros, 2006.

- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La televisión local: un sector en precario". En: "Anuario de la televisión 2004", Madrid: GECA, 2005. pp. 94-101.
- GARCÍA GRACIA, I.; ZOGRÍO PRIETO, J. L.; HERRARTE SÁNCHEZ, A.; MORAL CARCEDO. "La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España". Madrid: McGraw Hill, 2007.
- GONZÁLEZ PACHECO, José Manuel. "Otras formas de financiación" En: *El futuro de la televisión en España: Análisis prospectivo 2000-2005*. Madrid: Arthur Andersen; Universidad de Navarra, 2000. pp. 207-216.
- IGARTÚA PEROSANZ, Juan José. "Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación". Barcelona: Bosch, 2006.
- LANDETA, Jon. "El método Delphi". Barcelona: Ariel, 1999.
- LINDSTONE, H.A.; TURROF, M. "The Delphi method, techniques and applications". Addison Wesley Publishing, 1975.
- LÓPEZ CANTOS, Francisco. "La situación de la televisión local en España". Barcelona: Universidad Autónoma; Universitat Jaume I; Universidad Pompeu Fabra; Universidad de Valencia, 2005.
- LÓPEZ CANTOS, Francisco y MAYUGOI MAJÓ, Carmen. "Televisión local y políticas de desarrollo local" en LATORRE, J.; MARA, M. A.; DÍEZ, M. (Eds.). "Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales. Pamplona: Eunate, 2004.
- MANEIRO VILA, Arturo. "A transición das TV locais á tecnoloxía dixital". Santiago de Compostela: Asociación de Periodistas de Galicia, 2004.
- MARZAL FELICI, J.; CASERO RIPOLLÉS, A. (Eds.). "El desarrollo de la televisión digital en España". La Coruña: Netbiblo, 2007.
- MOGEL, Leonard. "The Business of Broadcasting". Billboard books. Nueva York, 2004.
- MORAGAS SPÁ, M. de, GARITAONANDÍA, C. y LÓPEZ, B. (Eds.). *Televisión de Proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Barcelona: Universidad Autónoma; Universitat Jaume I; Universidad Pompeu Fabra; Universidad de Valencia, 1999.

- MOIX, José María. "Expectativas sobre el futuro de la televisión de pago: ¿una realidad predecible o de nuevo una caja de sorpresas" en GARCÍA MATILLA, Eduardo (comp.). *La nueva era de la televisión*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2001. pp. 82-84.
- NAVARRO MORENO, José Antonio. "La TV local: Andalucía, la nueva comunicación". Madrid: Fragua, 1992.
- ORIHUELA, José Luis. "Innovación tecnológica" En: *El futuro de la televisión en España: Análisis prospectivo 2000-2005*. Madrid: Arthur Andersen; Universidad de Navarra, 2000. pp. 53-66.
- ORIOL COSTA I BADIA, Pere; PÉREZ TORNERO, José Manuel y MARTÍNEZ ABADÍA, José. "Realidad y perspectivas de la TV local". Barcelona: Diputación de Barcelona, 1992
- ORTEGA MOHEDANO, Félix. "Estrategias competitivas para la TDT. La televisión de proximidad. Efectos en el entorno regional. El caso de Castilla y León". En FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, Maximiliano (Coord.). "Comunicación en la sociedad en red: construcción mediática de la realidad". Ávila: abril 2008. pp. 363-373.
- ORTEGA MOHEDANO, Félix. "The new local television in Spain. Concentration, Integration Population and Market Structure". En ECREA, "Communication Policies and Culture in Europe", noviembre de 2008.
- PRADO, E. y DE MORAGAS, M. *Televisiones locales: tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Colegio de Periodistas, 1999.
- PARDO, Alejandro. "La producción" En: *El futuro de la televisión en España: Análisis prospectivo 2000-2005*. Madrid: Arthur Andersen; Universidad de Navarra, 2000. pp. 87-106.
- PARDO, Alejandro. "La producción televisiva: un sector en alza" en GARCÍA MATILLA, Eduardo (comp.). *La nueva era de la televisión*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, 2001. pp. 44-50.
- ROZADOS OLIVA, M. J., *La Televisión Local por ondas terrestres: Régimen jurídico*. Granada: Comares, 2001.

- SALVADOR MARTÍNEZ, M.; CAMISIÓN YAGÜE, J. A. "El Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid y la Comisión Técnica Audiovisual". En ESCOBAR ROCA, Guillermo. "El derecho de la televisión: situación y perspectivas de la Comunidad de Madrid". Madrid: Dykinson, 2005. pp. 141-157.
- SANTOS, DÍEZ, M^a Teresa; PÉREZ DASILVA, Jesús. "El desarrollo de la televisión local en Vizcaya". Estudios sobre el mensaje periodístico, 2004. pp. 329-338.
- TEJERO, Nuria; MARTÍNEZ LUNA, Fernando. "La fusión de las plataformas frena a la televisión no convencional". En: "Anuario de la televisión". Madrid: GECA, 2004. pp. 100-112
- TOWSE, Ruth. "Manual de la economía de la cultura". Madrid: Fundación Autor, 2005.
- VIVAR ZURITA, H. (Coord.). "La televisión local ante el reto de la digitalización". Madrid: Felipe II Libros, 2006.

6.2. Legislación

6.2.1. Normativa nacional

6.2.1.1. TDT Cobertura Nacional

- REAL DECRETO-LEY 1/1997, de 31 de enero, por el que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, de la Comisión Europea, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector.
- LEY 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el Uso de normas para la transmisión de señales de Televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector. (Derogada por Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones- BOE 04/11/2003)
- REAL DECRETO-LEY 16/1997, de 13 de septiembre, de modificación parcial de la Ley 17/1997, de 3 de mayo, por la que se incorpora al Derecho Español la Directiva 95/47/CE, de 24 de octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre el uso de normas para la transmisión de señales de televisión y se aprueban medidas adicionales para la liberalización del sector.
- DISPOSICIÓN ADICIONAL CUADRAGÉSIMA CUARTA de la Ley 66/1997 de TV digital. Régimen jurídico de la radiodifusión sonora digital terrenal y de la televisión digital terrenal.
- ORDEN DE 9 DE OCTUBRE DE 1998, por la que se aprueba el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Televisión Digital Terrenal. (Orden ANULADA por sentencia de 30 de diciembre de 2004, de la sala tercera del Tribunal Supremo [BOE 01/03/2005])

- ORDEN de 16 de diciembre de 1998 por la que se establecen las localidades a cubrir en las fases de introducción de la televisión digital terrenal. [p. 44565]
- RESOLUCIÓN de 11 de enero de 1999, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 8 de enero de 1999, por el que se aprueba el pliego de bases y de prescripciones técnicas por el que ha de regirse el concurso público para la adjudicación de una concesión para la explotación del servicio público de la televisión digital terrenal y por el que se convoca el correspondiente concurso.
- RESOLUCIÓN de 22 de marzo de 1999, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 18 de marzo de 1999 por el que se amplían los plazos establecidos en el calendario del pliego de bases y de prescripciones técnicas por el que ha de regirse el concurso público para la adjudicación de una concesión para la explotación del servicio público de la televisión digital terrenal aprobado por el Acuerdo del Consejo de Ministros de 8 de enero de 1999, de la Red Técnica Española de Televisión prestará el servicio portador soporte del servicio de televisión digital terrenal.
- LEY 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.
- RESOLUCIÓN de 21 de junio de 1999, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de junio de 1999, por el que se habilita a las entidades gestoras del servicio público esencial de televisión para que presten el

servicio de televisión digital terrenal en los términos establecidos en la disposición transitoria primera del Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal.

- RESOLUCIÓN de 2 de septiembre de 1999, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 18 de junio de 1999 por el que se resuelve el concurso público convocado para la adjudicación de una concesión habilitante para la explotación del servicio de televisión digital terrenal.
- ORDEN de 30 de diciembre de 1999 por la que se introduce una disposición adicional única en el Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Televisión Digital Terrenal, aprobado por Orden del Ministerio de Fomento, de 9 de octubre de 1998, autorizando la emisión a las entidades adjudicatarias de las nuevas concesiones otorgadas para la prestación del servicio de televisión con tecnología digital terrenal, en régimen abierto y con carácter promocional, de uno de los programas cuya explotación se les permita.
- RESOLUCIÓN de 10 de marzo de 2000, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 10 de marzo de 2000, sobre renovación a las sociedades «Antena 3 de Televisión, Sociedad Anónima», «Gestevisión Telecinco, Sociedad Anónima» y «Sogecable, Sociedad Anónima», de las concesiones para la prestación, en régimen de gestión indirecta, del servicio público de televisión.
- Resolución de 10 de marzo de 2000, de la Secretaría General de Comunicaciones, por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 10 de marzo de 2000, por el que se aprueba el pliego de bases administrativas particulares y de prescripciones técnicas por el que ha de regirse el concurso público para la adjudicación de dos concesiones para la explotación, en régimen de emisión en abierto, del

servicio público de la televisión digital terrenal y se convoca el correspondiente concurso.

- Resolución de 2 de junio de 2000, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información por la que se hace público el Acuerdo del Consejo de Ministros de 2 de junio de 2000, por el que se determina la composición de las Mesas de Contratación previstas en los Acuerdos del Consejo de Ministros de 10 de marzo de 2000, por el que se aprueba el pliego de bases administrativas particulares y de prescripciones técnicas por el que ha de regirse el concurso público para la adjudicación de dos concesiones para la explotación, en régimen de emisión en abierto, del servicio público de la televisión digital terrenal y se convoca el correspondiente concurso, y por el que se aprueba el pliego de cláusulas administrativas particulares y de prescripciones técnicas por el que ha de regirse el concurso público para la adjudicación, mediante procedimiento abierto, de dos concesiones para la explotación del servicio público, en gestión indirecta, de radiodifusión sonora digital terrenal y se convoca el correspondiente concurso, respectivamente, y se amplían los plazos previstos para la presentación de ofertas ambos concursos.

- REAL DECRETO 1905/2000, de 22 de noviembre, por el que se dispone que el Ministro de Administraciones Públicas sustituya a la Ministra de Ciencia y Tecnología en la tramitación y, en particular, en la elevación al Consejo de Ministros de las propuestas de resolución de los concursos públicos convocados por sendos Acuerdos de fecha 10 de marzo de 2000, para la adjudicación de dos concesiones para la explotación, en régimen de emisión en abierto, del servicio público de la televisión digital terrenal y para la adjudicación, mediante procedimiento abierto, de dos concesiones para la explotación del servicio público, en gestión indirecta, de radiodifusión sonora digital terrenal.

- RESOLUCIÓN de 13 de diciembre de 2000, del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que

se hace público el acuerdo del Consejo de Ministros de 24 de noviembre de 2000, por el que se resuelve el concurso público convocado para la adjudicación de dos concesiones para la explotación en régimen de emisión en abierto del servicio público de la televisión digital terrenal.

- REAL DECRETO 1484/2001, de 27 de diciembre, por el que se concede a la Comunidad autónoma de Castilla-La Mancha la gestión directa del tercer canal de televisión.
- RESOLUCIÓN de 8 de marzo de 2002, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información por la que se da publicidad al Acuerdo de Consejo de Ministros de 19 de octubre de 2001 por el que se concede al ente público de Radiotelevisión Canaria la explotación, en régimen de gestión directa de dos programas dentro del canal múltiple especificado para su ámbito en el anexo II del Plan Técnico Nacional de la Televisión Terrenal aprobado por el Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre.
- RESOLUCIÓN de 8 de septiembre de 2003, de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se da publicidad al Acuerdo de 29 de agosto de 2003 del Consejo de Ministros, por el que se concede al ente público Radiotelevisión Castilla La Mancha la explotación, en régimen de gestión directa, de dos programas dentro del canal múltiple especificado para su ámbito territorial en el anexo II del Plan técnico nacional de la televisión digital terrenal, aprobado por el Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre..
- REAL DECRETO 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital local.
- REAL DECRETO 437/2004, de 12 de marzo, por el que se concede a la Comunidad Autónoma de Extremadura la gestión directa del tercer canal de televisión.

- REAL DECRETO 438/2004, de 12 de marzo, por el que se concede a la Comunidad Autónoma de las Illes Balears la gestión directa del tercer canal de televisión.
- REAL DECRETO 1319/2004, de 28 de mayo, por el que se concede a la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias la gestión directa del tercer canal de televisión.
- REAL DECRETO 1890/2004, de 10 de septiembre, por el que se concede a la Comunidad Autónoma de Aragón la gestión directa del tercer canal de televisión.
- RESOLUCIÓN de 20 de enero de 2005, de la Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, por la que se dispone la publicación del Acuerdo del Consejo de Ministros de 10 de diciembre de 2004, por el que se concede al Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears la explotación en régimen de gestión directa de dos programas dentro del canal múltiple especificado para su ámbito territorial en el Anexo II del Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal, aprobado por el Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre.
- REAL DECRETO-LEY 1/2009, de 23 de febrero, de medidas urgentes en materia de telecomunicaciones. (BOE 24/02/2009).
- REAL DECRETO-LEY 11/2009, de 13 de agosto, por el que se regula, para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional. (BOE 15/08/2009)

6.2.1.2. TDT Cobertura Local

- REAL DECRETO 2169/1998, de 9 de octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal.
- ORDEN de 4 de diciembre de 1998 por la que se establece el plazo para que las entidades gestoras del servicio público esencial de televisión ejerzan el derecho que les confiere la disposición transitoria primera del Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal, y se fija el número de programas del canal múltiple definido en el anexo I del citado Plan Técnico, en aplicación de la disposición adicional primera de dicho Real Decreto.
- REAL DECRETO 2268/2004, de 3 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital local.
- REAL DECRETO 945/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento general de prestación del servicio de televisión digital terrestre.

6.2.2. Normativa de la Comunidad Autónoma de Madrid

6.2.2.1. Televisiones locales de gestión PÚBLICA

- ORDEN 2562/2004, de 29 de julio, por el que se regula el procedimiento de concesión de programas de televisión digital local a los municipios por parte de la Comunidad de Madrid. (BOCM 02/08/2004).
- ORDEN 36/2005, de 18 de febrero, de la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno, por la que se amplían los plazos establecidos en la Orden 2562/2004, de 29 de julio, de la Consejería de Presidencia, por la que se regula el procedimiento de concesión de programas de televisión digital local a los municipios por parte de la Comunidad de Madrid. (BOCM 22/02/2005).
- ORDEN 90/2006, de 23 de febrero, de la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno de la Comunidad de Madrid, por la que se amplía el plazo para que los municipios puedan solicitar la adhesión a la demarcación que les corresponde para la prestación del servicio de televisión digital local. (BOCM 28/02/2006).

6.2.2.2. Televisiones locales de gestión PRIVADA

- ORDEN 3019/2004, de 19 de noviembre, del Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia de la Comunidad de Madrid por la que se convoca concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local y se aprueba el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares por el que ha de regirse el citado concurso. (BOCM 22/11/2004).

- ORDEN 298/2005, de 5 de agosto, del Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid, por la que se resuelve el concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local. (BOCM 06/08/2005).

6.2.3. Otras normas de interés:

- LEY 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales. (BOE 18/04/2001)
- LEY 2/2006, de 21 de junio, de Supresión del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid. (BOE 9/8/2006)

6.3. Publicaciones en serie

6.3.1. Revistas científicas

- BADILLO MATOS, Ángel. "La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España". *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*, Vol. VIII, nº 1, Enero-abril 2005.
- BADILLO MATOS, Ángel. "Políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España (1980-2004). *Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, número 5, 2005.
- BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique. "Impacto social del nuevo escenario audiovisual: retos y riesgos en la era digital". *Área Abierta*, 1, 2001, 3p. En: <http://www.ucm.es/info/cavp1/AreaAbierta/Publicaciones/AreaAbierta/PDFbustamante.PDF> (Consultada en 15/10/2004).
- COROMINAS, M.; BONET, M.; FERNÁNDEZ ALONSO, I.; GUIMERÀ, J.A.; SANMARTIN, J.; BLASCO, J. J. "Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados". *Zer*, número 22. Abril 2007. pp. 69-95.
- COROMINAS, M.; GUIMERÀ, J.; FERNÁNDEZ ALONSO, I.; BONET, M.; "Polítiques públiques de ràdio i televisió local en l'entorn digital a Espanya (1997-2004)". *Trípodos*, vol.2, Extra Issue, III Congrés Internacional Comunicació i Realitat, 2005. pp. 39-650.
- FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel. "Tres retos clave para la política de radio y televisión del nuevo Gobierno Español". *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. VII, Enero/ Abril 2005.
- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La TDT en España. La televisión como acceso a la Sociedad de la Información y del Conocimiento". *Telos*, número 74, 2008. pp. 66-73.

- GARCÍA MUÑOZ, Joaquín. "Posibilidades y retos de la televisión digital". Razón y palabra, número 45, junio-julio 2005. Disponible [en línea] en <http://www.razonypalabra.org.mx>
- RAMOS SIMÓN, Fernando. "Concentraciones y competencia en los grupos de comunicación multimedia". Cuadernos de Comunicación Multimedia, número 5, junio 1996.
- RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio. "La migración digital". Telos, número 61, 2004.
- SANTOS, DÍEZ, M^a Teresa; PÉREZ DASILVA, Jesús. "La consolidación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco". Ámbitos, 11-12, 2004. pp. 201-211.
- VACAS, Francisco. "Las televisiones locales en Extremadura". ZER número 7, diciembre 1999. p.219-237.

6.3.2. Prensa y revistas especializadas

- "A dos años del apagón". *Producción Profesional*, abril 2008. p. 4.
- "ACUERDO entre Localia y Buenavista". *Producción Profesional*, 24, Diciembre 2001. p. 19.
- ALCAIDE, Soledad. "Las Televisiones locales inundan España". *EL PAÍS*. 20/05/2001. pp. 30-31.
- ÁLVAREZ, F. "El gobierno flexibiliza la Ley de Televisión Privada para impulsar el desarrollo de las cadenas locales". *ABC*, 2/12/2003.
- ÁLVAREZ DEL SOLAR, Fátima "El minuto de gloria". *Especiales Cine&Tele Online* (21/05/2003). En: <http://www.cineytele.com/especiales.php?nid=69> (Consultada el 26/12/2008).
- "ANULADO el concurso de la TDT en Madrid". *El País* (28/11/2008). En: http://www.elpais.com/articulo/espana/Anulado/concurso/TDT/Madrid/elpeusp/20081128elpepunac_16/Tes (Consultada el 28/11/2008).

- "ATLAS: servicio a las televisiones locales". *Producción Profesional*, 18, Mayo 2001. p. 10.
- BETETA CEJUDO, Juan y otros. *Televisión Digital Terrenal*. 42 p. En: <http://www.asenmac.com/tvdigital/> (Consultada en 25/2/2005).
- CALVO CONDE, Carlos. *Sobre la televisión local*. 3 p. En: <http://www.webmujeractual.com/noticias/tvlocal.htm> (Consultada 3/3/2005).
- CAMPOS, Fernando. "el momento decisivo para la televisión local". *Cinevideo20*, Julio/ Agosto 2003. pp. 4-15.
- "CANALES locales garantizan sus proyectos tras el cierre de Localia" *El País* (15/11/2008). En: http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/Canales/locales/garantizan/proyectos/cierre/Localia/elpepuespvvas/20081115elpvas_19/Tes
- CANTALAPIEDRA, M. C. "Presente y futuro de la televisión local". *Emissiones TV*, mayo/ junio 2005. pp. 36-39.
- CASTILLO, Antonio. "TDT: progresa adecuadamente". *Producción Profesional*, enero 2008. pp. 26-34.
- "COPE lanza Popular TV, un canal para todos los sevillanos". *Tele Informe*, 745, Mayo 2002. p. 34.
- "COPE y Panasonic, por las televisiones locales". *Cinevideo 20*, 190, Enero 2002.
- CUÉLLAR, Manuel. "Aguirre adjudicó las licencias de televisión sin informe del Consejo Audiovisual de Madrid". *EL País.com*, 11/08/2005. En: http://www.elpais.com/articulo/elpporsoc/20050811elpepisoc_7/Tes
- "DAN Andalucía instala Onda Jaén: la mayor televisión local pública de España". *Cinevideo 20*, 188, Noviembre 2001. p. 80.
- DEL POZO, Nacho. "TDT: El 2010 es todavía posible". *Producción Profesional*, enero abril. pp. 24-30.
- DÍAZ PÉREZ, Ignacio. "Los concursos de TV, bajo sospecha". *El Mundo* (08/08/2002). (Consultada el 26/12/2008)

- "DIEZ nuevas emisoras en la red Localia TV". *Cinevideo* 20, 188, Noviembre 2001. p. 78.
- "DOS nuevas emisoras locales en Barcelona". *Cinevideo* 20, 183, Mayo 2001. p. 60.
- "EL carácter histórico de las TV Locales pesa antes los tribunales". *Teleinforme*, 823, noviembre de 2008, p. 37.
- "EL cierre de la cadena de televisiones locales 'Localia TV' no afectará a la emisora de Granada" *Europa Press* (15/11/2008). En: <http://www.europapress.es/andalucia/noticia-cierre-cadena-televisiones-locales-localia-tv-no-afectara-emisora-granada-20081114111550.html>
- "EL concurso de la TDT local de Madrid atrae 115 ofertas" En: <http://www.televisiondigital.electronicafacil.net> (Consultada 21/2/2005).
- "EL futuro de la televisión local". *Emisiones TV*. Número 18, Diciembre 2003/ Enero 2004.
- "EL Gobierno aprueba el proyecto de ley de la televisión digital", *Cinco Días.com*, en: http://www.cincodias.es/articulo.html?xref=20050205cdscdiemp_3&typeTes&anchor=cdssec (Consultada 12/2/2005).
- "EN el tercer trimestre del 2005, en abierto y de forma gratuita, habrá 20 canales de TDT" En: <http://www.noticias.tdt-s.com/leer.php?id=31> (Consultada 21/2/2005).
- FIBLE. "Televisión por cable Santa Pola y Cartagena de Comunicaciones consiguen las dos primeras licencias C1 concedidas a televisiones locales por cable", 21/10/2000. En: <http://www.fible.com/noticias.asp> (Consultada 8/10/2004).
- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La Televisión Digital Terrenal. Una perspectiva jurídica y de futuro". *MUNDO INTERNET* 2002. En: http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/tv/varios/2002/Angel%20G_Castillejo.pdf (Consultada 5/2/2005).
- GÓMEZ, Rosario. "Las televisiones locales eluden el apagón analógico del Gobierno". *El País* (09/01/2008) En:

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/televisiones/locales/eluden/apagun/analogico/Gobierno/elpepisoc/20080109elpepisoc_3/Tes (Consultada el 21/02/2008)

- IRÍBAR, Amaya. "El mercado audiovisual confía en crecer". *El País Negocios*, 10/08/2003, p. 23.
- "LA COPE inaugurará 20 televisiones locales". *Cinevideo 20*, 185, Julio/Agosto 2001. p. 60.
- "LA realidad de la televisión local analizada en Santiago". *Tele Informe*, 745, Mayo 2002. p. 37.
- "LA televisión local, a debate en unas jornadas de Vitelsa". *Tele Informe*, 745, Mayo 2002. p. 37.
- "LA Televisión Local". *Cinevideo 20*, 195, junio 2002. pp. 2-23.
- "LA Televisión Local espera el futuro (digital)". *Tele Informe*, 745, Mayo 2002. pp. 7-27.
- "LA Televisión Local: un negocio en alza". *Tele Informe*, 738, Octubre 2001. pp. 41-62.
- "LA revolución digital llega a la TV". *La Vanguardia*, 10/06/1997.
- "LAS televisiones locales exigen al Gobierno el desarrollo de la ley". *Cinevideo 20*, número 185, julio/agosto 2001. p. 62.
- "LOCALIA concluye 2003 como la más importante red de TV local".
- MARÍN, Federico. "Telecinco cambia a las grandes productoras por". *Cinevideo 20*, 185, Julio/Agosto 2001. p. 63.
- "MÁS de 3.600 peticiones para televisiones locales en Andalucía". *EL PAÍS*, 13/12/2003. p. 60.
- "NACE Onda 6, el primer canal de televisión digital terrestre de Europa". *Tele Informe*, 728, Noviembre 2000.
- "ONDA 6". *Producción Profesional*, 20, Julio/Agosto 2001. pp. 47-50.
- CAÑAMARES, Juan Carlos. "Optimización, primer reto de la TDT". *Teleinforme*, 823, noviembre de 2008, p. 38.

- OLARIA, Mikel. "La TDT apenas despegua". *Producción Profesional*, enero 2008. pp. 36-41.
- "PANORAMA de la televisión digital terrestre en Europa". *Revista Difusión On line de la Unión Europea de Radiodifusión*, 2004.
- "PRISA anuncia el cierre de Localia TV" *La Vanguardia* (15/11/2008). En: <http://www.lavanguardia.es/economia/noticias/20081113/53578051494/prisa-anuncia-el-cierre-de-localia-tv.html>
- PÉREZ, Francisco. "Televisión local: recuperar el tiempo perdido". En: <http://www.vallecas.org/tknoticias/tvlocales.htm> (Consultada 29/11/2004).
- RIBA, M. "Mitil 2001. Pequeñas televisiones, grandes oportunidades". *Cinevideo 20*, 185, Julio/ Agosto 2001. pp. 10-11.
- RUÍZ ANTÓN, F. "La burbuja audiovisual explota". *La Gaceta de los Negocios*, 14/10/2003. p. 18.
- SEGOVIA, Carlos. "El Gobierno regulará la tv sin ley". 2 p. En: <http://www.el-mundo.es/nuevaeconomia/2001/NE071/NE071-04.html> (Consultada 29/11/2004).
- SOLER ROJAS, Pedro. "RTVE y la televisión digital terrestre: convergencia con Internet", 2001. En: <http://www.rtve.es> (consultada en 16/11/2004).
- "SOMOS una referencia de TV de proximidad en Madrid". *Teleinfome*, noviembre 2006.
- "TELE Orihuela, Tele Crivillent y Canal 30 Cáceres se incorporan a la red de televisiones locales UNE". *Tele Informe*, 745, Mayo 2002. p. 35.
- "TELECINCO y el grupo Zeta lanzan una oferta conjunta por una licencia de TV Digital Local", *Expansion.com*, <http://www.expansion.com/edicion/noticia/0,2458,582289,00.html> (Consultada 14/1/2005).
- "TELEVISIONES locales y DVCam". *Cinevideo 20*, 191, Febrero 2002. p. 14.
- "TMT, el primer canal de televisión católico arranca en la Comunidad de Madrid". *Producción Profesional*, 22, Octubre 2001. p. 19.
- "UNE añade siete nuevas cadenas locales a su red". *Producción Profesional*, 27, Marzo 2002. p. 8.

- “UNE con la televisión local”. *Producción Profesional*, 21, Septiembre 2001. p. 16.
- “UNEDISA TELECOM presenta su propuesta para el concurso de la TDT local en Madrid”. *EL MUNDO.ES*, http://www.elmundo.es/el_mundo/005/01/14/comunicacion/1105717763.html (Consultada 14/1/2005).
- VIDIELLA, Rafael. “Afán de grandeza”. *Cinevideo20*, Julio/ Agosto 2003. 2-3.

6.4. Informes

- “ANUARIO de audiencias de televisión”. Madrid: Sofres Audiencia de Medios, 2002-2008.
- ASOCIACIÓN TV EDUCATIVA IBEROAMERICANA (ATEI). *La Televisión Local: situación y perspectivas*.
- ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION. *Censo de Televisiones locales*, 2002.
- BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique. “La Televisión Digital Terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad”. Fundación Alternativas. Documento de trabajo 129/2008. En: <http://www.falternativas.org/laboratorio/actividades/presentacion-del-documento-de-trabajo-la-television-digital-terrestre-en-espana-por-un-sistema-televisivo-de-futuro-acorde-con-una-democracia-de-calidad-293>
- “ANUARIO TDT 2007”. Madrid: IMPULSA TDT, 2008. En: <http://www.impulsatdt.es>
- “INFORME anual 2006”. Madrid: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, 2007. En: <http://www.cmt.es>
- “INFORME TDT”. Madrid: Pulsa Media Consulting, 2004. En: <http://www.tvdi.net> (Consultada 7/11/2004).
- *PLAN integral del sector audiovisual de la Comunidad de Madrid*. Madrid, 2005.
- PRADO, Emili. “La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital”. Documento de trabajo 60/2004. Fundación Alternativas. En: <http://www.falternativas.org/laboratorio/documentos/documentos-de-trabajo/la-television-local-entre-el-limbo-regulatorio-y-la-esperanza-digital>

6.5. Recursos Web

- BADILLO MATOS, Ángel. "Claves sobre la proliferación de televisiones locales en España: entre el vacío normativo y la ocupación de frecuencias". Ponencia presentada en las III Jornadas de Comunicación y Cultura Contemporáneas, "Las televisiones locales en Europa: Proximidad, programación y políticas de comunicación". Universidad de Santiago de Compostela, octubre 2002. En: http://www.usc.es/xorna/SECCOM/textos/A_B1.pdf
- "COBERTURA complementaria mediante satélite para recibir la TDT" (24/02/2009) Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Disponible en <http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Novedades/Cobertura+complementaria+mediante+sat%c3%a9lite+para+recibir+la+TDT.htm>
- DÍAZ GONZÁLEZ, M^a Jesús. "La implantación de la televisión pública local en España". Ponencia presentada en el XXII Congreso Internacional de Comunicación, Universidad de Navarra, noviembre 2007. En: <http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%201/Comunicacion%20M%AA%20Jesus%20Diaz.pdf>.
- DOMINGO, D.; GUIMERÀ, J.A.; COROMINAS, M.; BONET I VICENÇ, M. "Medios comunitarios en el espacio local de comunicación: el caso catalán". Ponencia presentada en el 23rd IAMCR Conference. Barcelona, julio 2002. En: <http://www.ourmedianet.org/eng/om2002/papers2002/Domingo.IAMCR2002.pdf>
- FERNÁNDEZ ALONSO, I.; COROMINAS, M.; BONET, M. GUIMERÁ, Á.; SAN MARTIN, J. "Políticas de implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las comunidades autónomas de Islas Baleares, Madrid, Navarra, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Cataluña y Aragón. Comunicación presentada en el XI Congreso Ibercom, Sevilla-Cádiz, 2006. En:

- <http://www.hapaxmedia.net/ibercom/pdf/FernandezAlonsolsabel.pdf>
(Consultada 30/04/2007).
- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel. "La Televisión Digital Terrenal. Una perspectiva jurídica y de futuro". *MUNDO INTERNET* 2002. En: <http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/tv/varios/2002/Angel%20G.Castillejo.pdf> (Consultada 5/2/2005).
 - GUIMERÁ, Josep Ángel. "La televisión local en Cataluña: un modelo en profunda transformación". En: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q26ES_Guimer.pdf. (Consultado el 09/07/2008)
 - "LA Comunidad Autónoma de Madrid estrena sus nuevos canales gratuitos de televisión digital". Madrid: MADRID TDT. En: <http://www.madridtdt.com>
 - "LA Televisión Digital Terrestre en la Comunidad Autónoma de Madrid". Madrid: MADRID TDT. En: <http://www.madridtdt.com>
 - "LA Televisión Digital Terrestre: tendencias y perspectivas de desarrollo en España", Madrid: ENTER, noviembre 2005. En: <http://www.enter.es>
 - "LA televisión local en España" Madrid: IMPULSA TDT, 2008. En: <http://www.impulsatdt.es>
 - "LA televisión local y autonómica en España". Madrid: IMPULSA TDT, 2007. En: <http://www.impulsatdt.es>
 - "LA TDT en España en el contexto europeo". Madrid: IMPULSA TDT, 2007. En: <http://www.impulsatdt.es>
 - LANDETA RODRIGUEZ, J., MATEY DE ANTONIO, J. y RUIZ HERRÁN, V. "Aplicación del método Delphi en la elaboración de la tabla simétrica de las tablas input-output 2001 de Catalunya". Instituto de Economía Aplicada a la Empresa de la Universidad del País Vasco (IEAE), 2001.
 - MORAGAS SPÁ, M. y LÓPEZ, B. "Las políticas de comunicación en España y en Cataluña dentro del marco europeo (1996-2000)". Barcelona: Institut de la Comunicació (InCOM). En:

http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/teorias/textos/moragas_lopez_politicas_comunicacion.htm

- RAMÍREZ ALVARADO, M. M. "Los Consejos Audiovisuales como entidades reguladoras: situación actual en España y actuaciones estratégicas para el futuro de las televisiones autonómicas". Ponencia presentada en el Congreso Internacional de Comunicación (CICOM). En: www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%201/maria%20del%20mar%20martinez%20alvarado.pdf
- SANMARTIN NAVARRO, Julián. "La transformación del panorama de la televisión local en la Comunitat Valenciana". Ponencia presentada en el IX Congreso IBERCOM. Sevilla-Cádiz, 2006. En: <http://alojamientos.us.es/cibercom/pdf/SanmartinNavarroJulian.pdf>
- "TELEVISIONES locales". En: <http://www.tvlocal.com> (Consultada 8/10/2004).

7. Anexos

7.1. Anexo I: Carta de invitación para experto

Estimado Sr./Sra.:

El grupo de investigación FONTA (Formación en Nuevas Tecnologías del sector audiovisual) reconocido oficialmente por la Universidad Complutense de Madrid está llevando a cabo un análisis prospectivo sobre la televisión local en la Comunidad de Madrid. Dicho proyecto de investigación formará parte de la investigación de uno de sus miembros, D^a Raquel Vinader Segura, y dirigida por el Catedrático D. Hipólito Vivar Zurita, para optar al grado de doctor durante el curso 2008-2009.

La técnica elegida para abordar dicho análisis es el Método Delphi, el cual se dividirá en tres etapas:

- Fase 1: Elección de los expertos
- Fase 2: Lanzamiento de los cuestionarios.
- Fase 3: Análisis de los resultados obtenidos.

Si desea participar en este estudio, sólo tiene que pinchar en el siguiente enlace: <http://>

Se le solicitará que registre sus datos personales para que se le asigne un número de experto (Fase 1) y, a continuación, se le pedirá que conteste en línea a las preguntas del estudio (Fase 2).

La tercera fase del estudio consistirá en una segunda vuelta de preguntas, de revisión de resultados, en la que se solicitará que confirme o refute las opiniones del resto de expertos. Finalmente, se le remitirá un resumen con los principales resultados de la investigación. Su nombre aparecerá, si así lo desea, en la publicación bajo el epígrafe “experto consultado en la realización de la encuesta”.

Agradeciendo de antemano su colaboración, quedo a su disposición para cualquier aclaración adicional que precise.

7.2. Anexo II: Formulario para la asignación de código de experto

Nombre: _____ Apellidos: _____
Edad ☐ 25-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41-45 ☐ 46-50 ☐ 51-60 ☐ Otra _____
Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Formación Académica

Titulación: _____
Universidad: _____

Postgrado: _____
Universidad: _____

Otros estudios: _____

Experiencia profesional

Sector al que pertenece: ☐ Televisión ☐ Universidad ☐ Administración ☐ Otros _____
Puesto: _____
Empresa:: _____
Responsabilidades principales: _____

Experiencia profesional (años): ☐ 3-5 ☐ 6-10 ☐ 11-16 ☐ 17-25 ☐ +25

Experiencia profesional en televisión (años): ☐ 3-5 ☐ 6-10 ☐ 11-16 ☐ 17-25 ☐ +25

Firma del experto: _____

Firma del Investigador: _____

Fecha: _____

Código: EX-

7.3. Anexo III Modelo de encuesta. Ronda 1

TÉCNICAS	Muy de acuerdo	De acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Sabe / no contesta
El apagado de las televisiones locales se producirá antes que el de las televisiones nacionales y autonómicas					
El modelo de TDT Local se caracterizará por la emisión multipantalla de los contenidos locales de televisión.					
La antenización incorrecta deja a muchos hogares sin la sintonización de la TDT Local implicando graves obstáculos para la estabilización del mercado local de televisión					
El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad)..					
La cobertura y penetración de la TDT en 2010 no alcanzará los objetivos marcados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.					
La antenización de los edificios colectivos permite la correcta visualización de las TDT locales.					
La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.					

ECONÓMICAS	Muy de acuerdo	De acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Sabe / no contesta
La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.					
La transición digital de las emisiones locales de televisión supone consecuencias económicas negativas para las cuentas de explotación de las cadenas de televisión.					
El modelo de financiación predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid o de su Comunidad) en 2012 se basará en la participación en el mercado publicitario".					
Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.					
La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.					
La presencia de los grupos de comunicación en el sector de la televisión local desvirtúa el carácter de proximidad de este tipo de emisoras.					
El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.					
Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.					
La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura					

nacional y autonómica.					
------------------------	--	--	--	--	--

La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.					
La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y la reparto de los gastos de emisión.					

POLÍTICAS	Muy de acuerdo	De acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Sabe / no contesta
El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.					
La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.					
El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.					
La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad),.					
El concepto de demarcación debilita el carácter de proximidad de las emisiones de televisión local.					
En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.					
La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones 'históricas' que no hubieran obtenido licencia en los concursos digitales.					

SOCIALES	Muy de acuerdo	De acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Sabe / no contesta
La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.					
Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.					
El cumplimiento de las funciones del servicio público de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) quedará relegado a las televisiones locales de titularidad pública.					

PROGRAMACIÓN	Muy de acuerdo	De acuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	No Sabe / no contesta
Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.					
Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.					
Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.					
La pertenencia de una televisión local a una red de emisoras desvirtúa el carácter local de los					

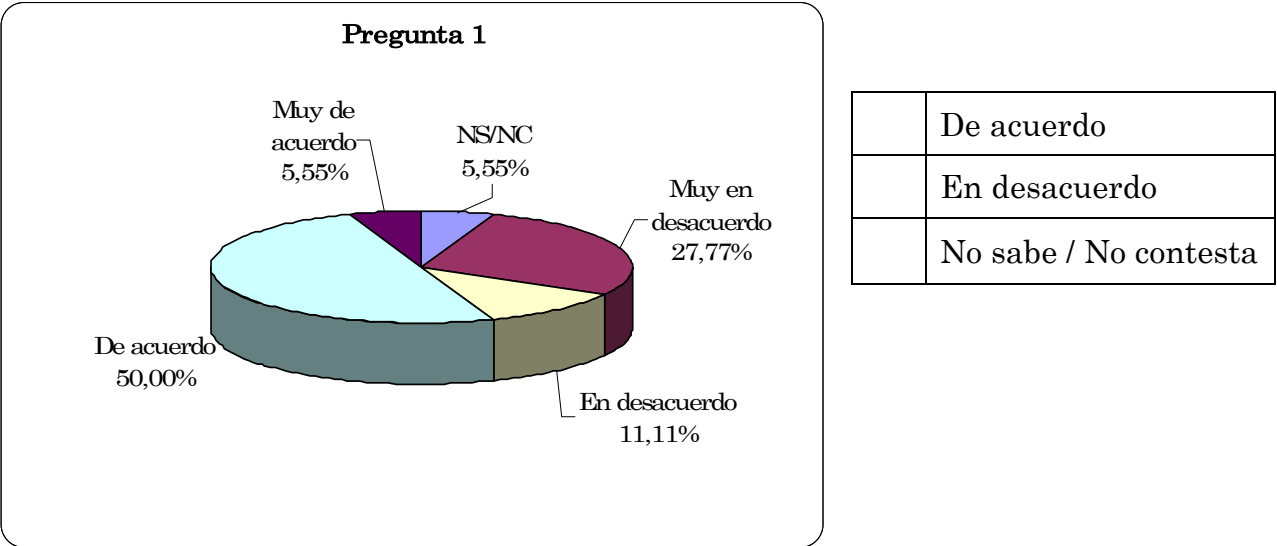
contenidos de dicha emisora.					
------------------------------	--	--	--	--	--

7.4. Anexo IV: Modelo de encuesta Ronda 2.

Pregunta 1: El apagado de las televisiones locales se producirá con anterioridad al de las televisiones nacionales y autonómicas.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 55,55% está de acuerdo con el enunciado.
El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



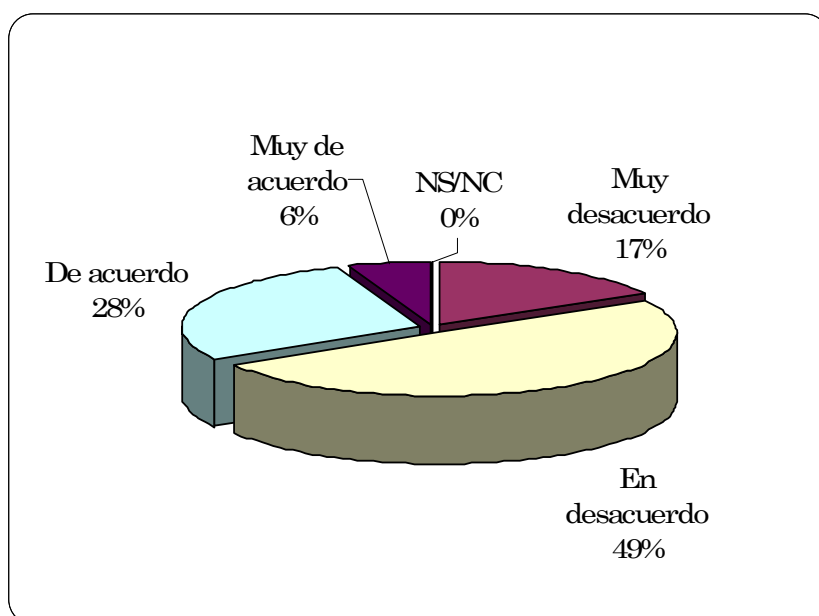
Observación optativa del experto

Pregunta 2: El modelo de TDT Local se caracterizará por la emisión multipantalla de los contenidos locales de televisión.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 33,32% está de acuerdo con el enunciado.

El 66,66% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

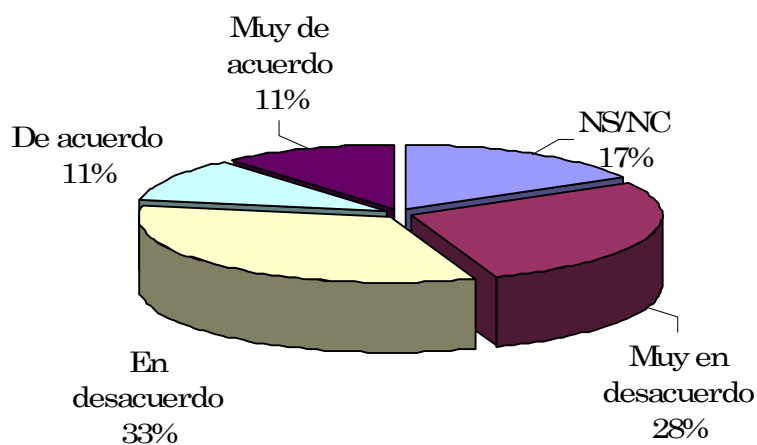
Observación optativa del experto

Pregunta 3: La antenización de los hogares españoles supone un grave obstáculo para la implementación de la TDT local.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 22,55% está de acuerdo con el enunciado.

El 61,10% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

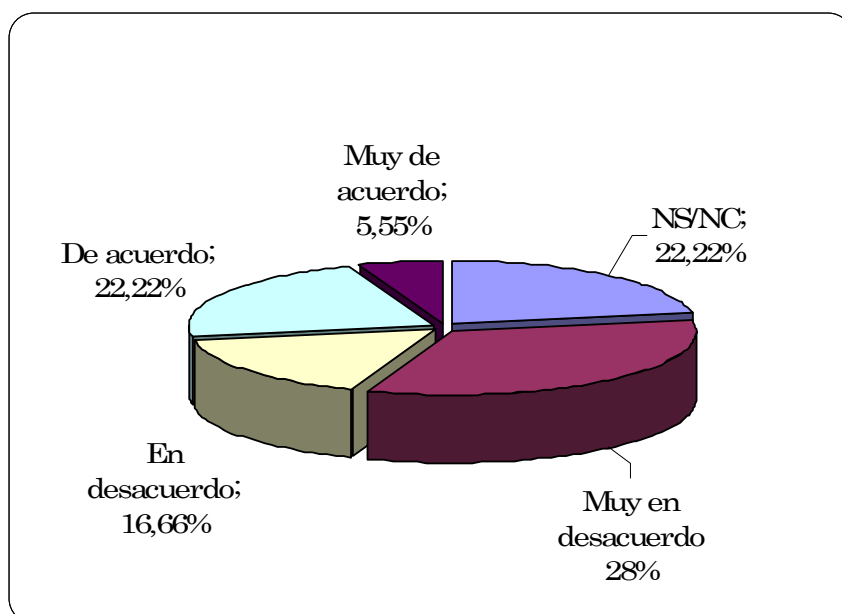
Observación optativa del experto

Pregunta 4: El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 27,77% está de acuerdo con el enunciado.

El 49,99% está en desacuerdo con el enunciado.



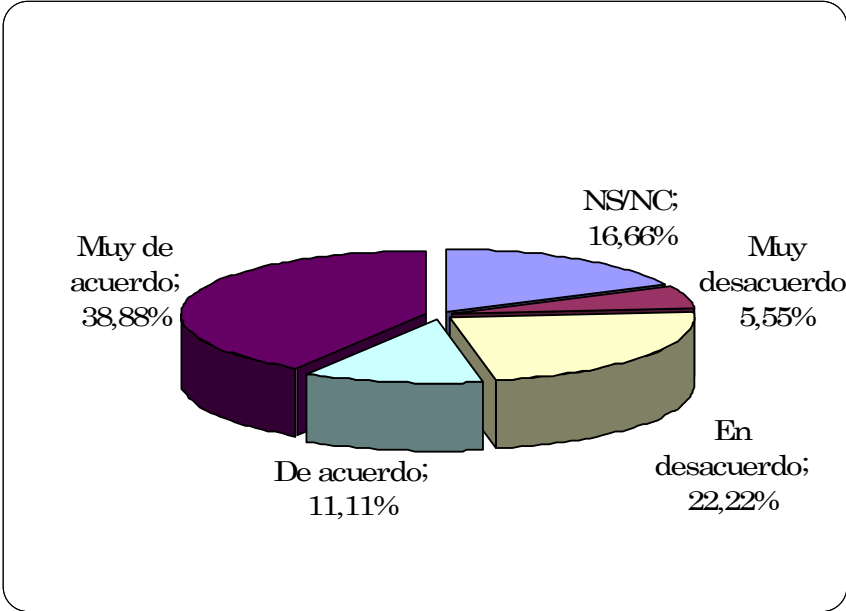
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 5: La cobertura y penetración de la TDT en 2010 no alcanzará los objetivos marcados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 49,99% está de acuerdo con el enunciado.
El 27,77% está en desacuerdo con el enunciado.



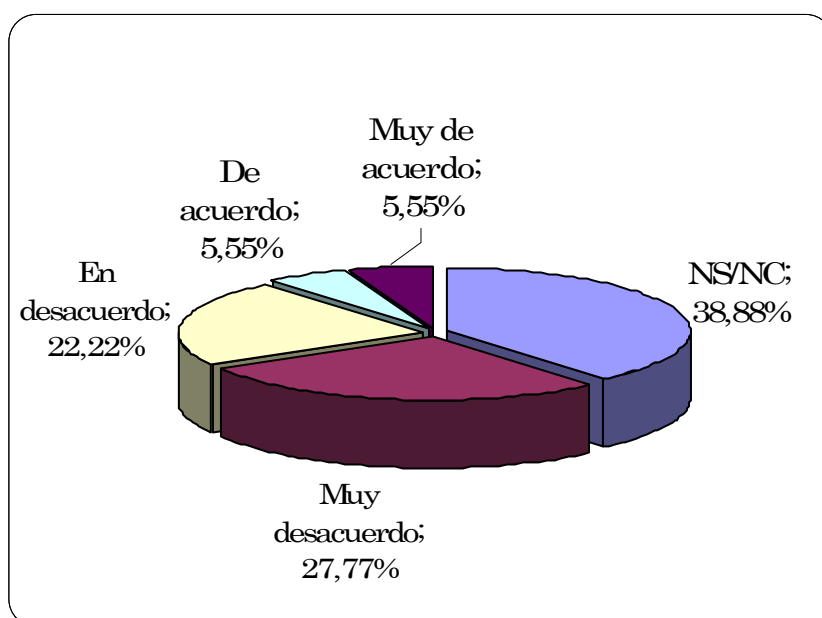
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 6: La antenización de los edificios colectivos permite la correcta visualización de las TDT locales.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 11,10% está de acuerdo con el enunciado.
El 49,99% está en desacuerdo con el enunciado.



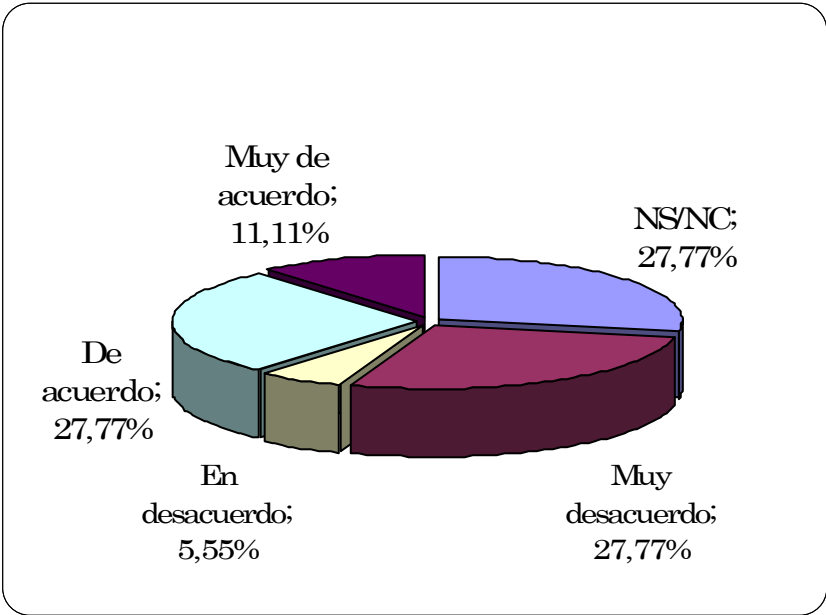
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 7: La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 38,88% está de acuerdo con el enunciado.
El 33,32% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

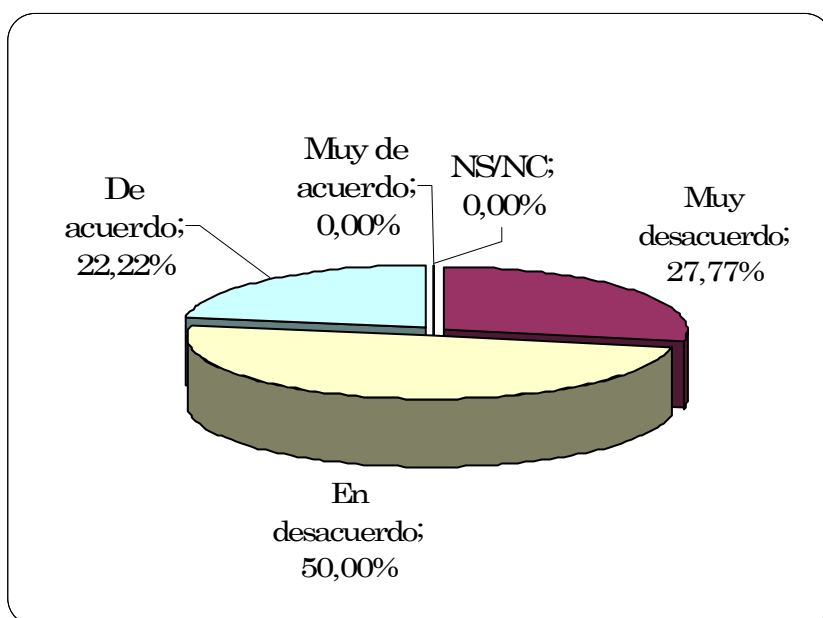
Observación optativa del experto

Pregunta 8: La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 22,22% está de acuerdo con el enunciado.

El 77,77% está en desacuerdo con el enunciado.



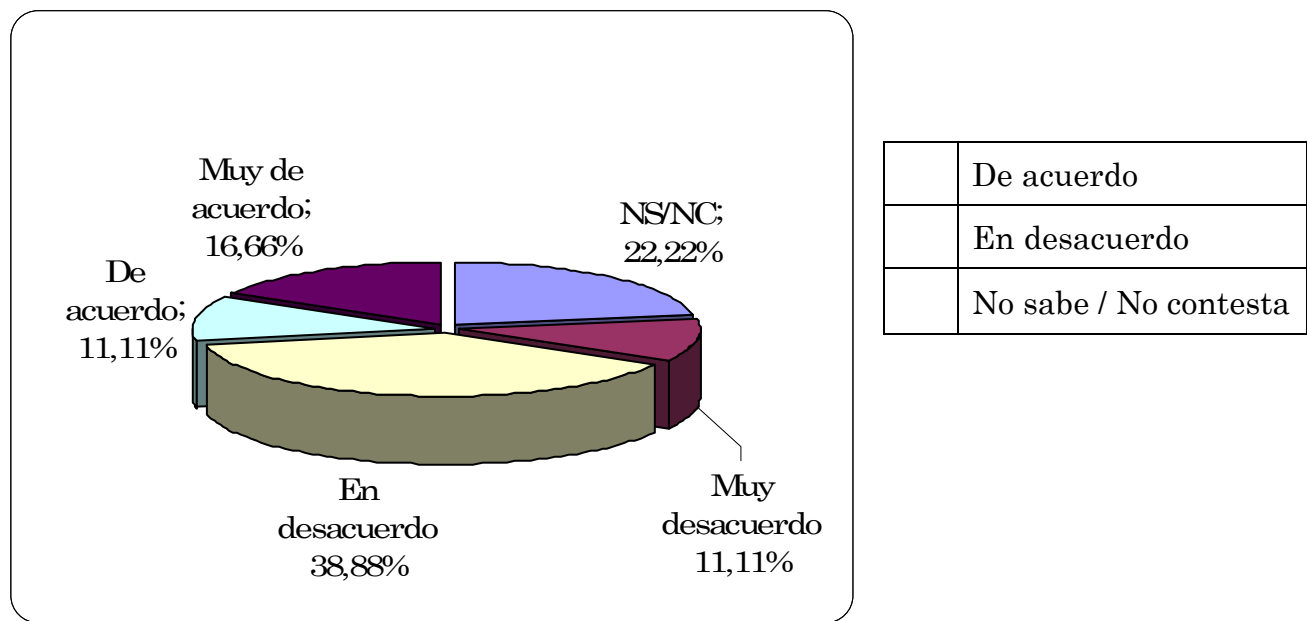
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 9: La transición digital de las emisiones locales de televisión supone consecuencias económicas negativas para las cuentas de explotación de las cadenas de televisión.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 27,77% está de acuerdo con el enunciado.
El 49,99% está en desacuerdo con el enunciado.



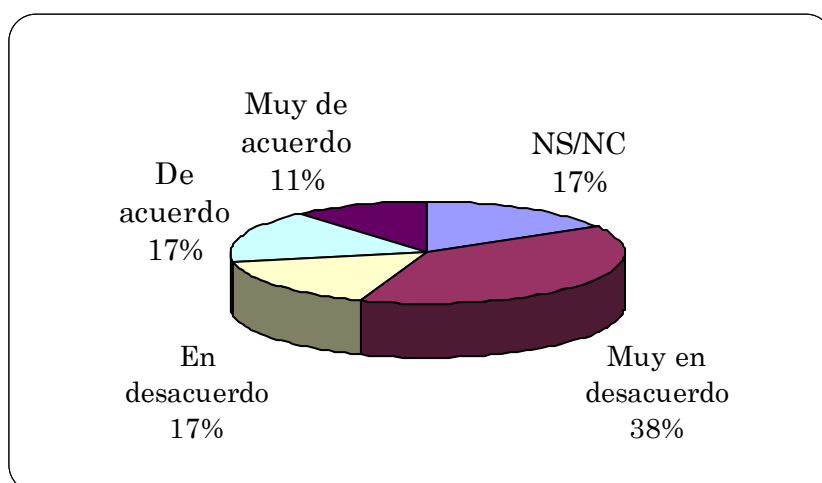
Observación optativa del experto

Pregunta 10: El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 27,77% está de acuerdo con el enunciado.

El 55,54% está en desacuerdo con el enunciado.



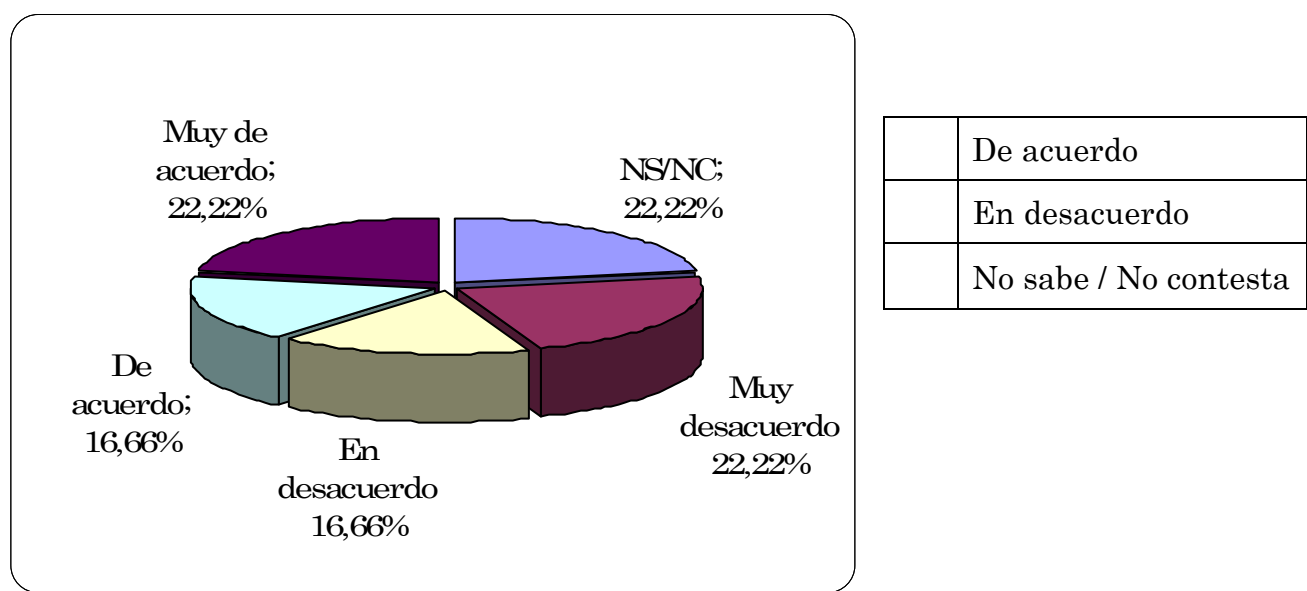
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 11: Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 38,88% está de acuerdo con el enunciado.
El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



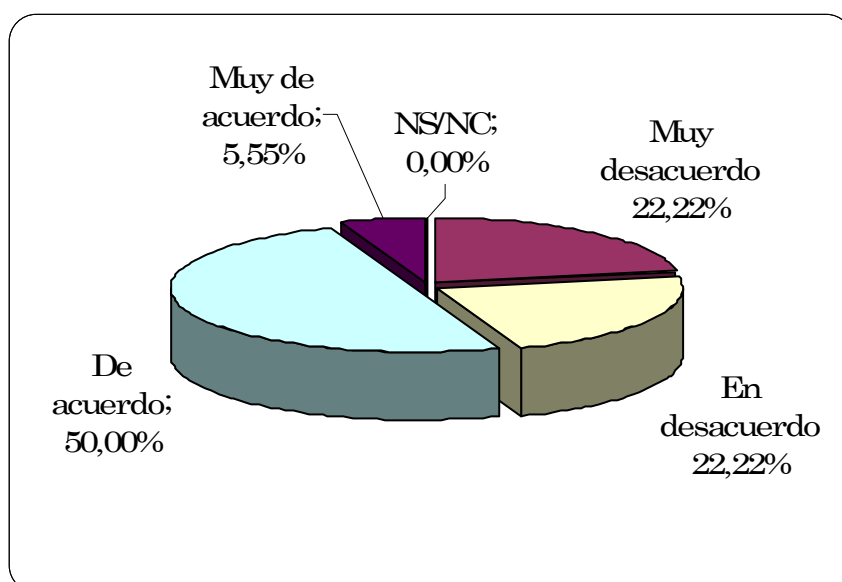
Observación optativa del experto

Pregunta 12: La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 55,55% está de acuerdo con el enunciado.

El 33,33% está en desacuerdo con el enunciado.



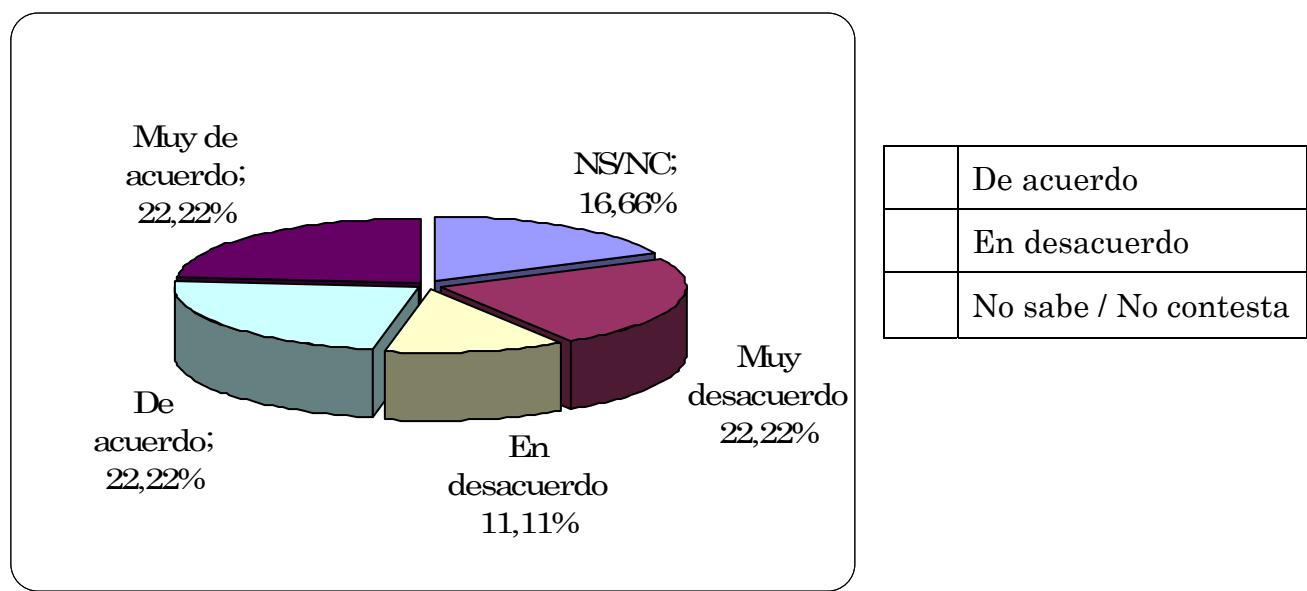
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 13: La presencia de los grupos de comunicación en el sector de la televisión local desvirtúa el carácter de proximidad de este tipo de emisoras.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,44% está de acuerdo con el enunciado.
El 33,33% está en desacuerdo con el enunciado.



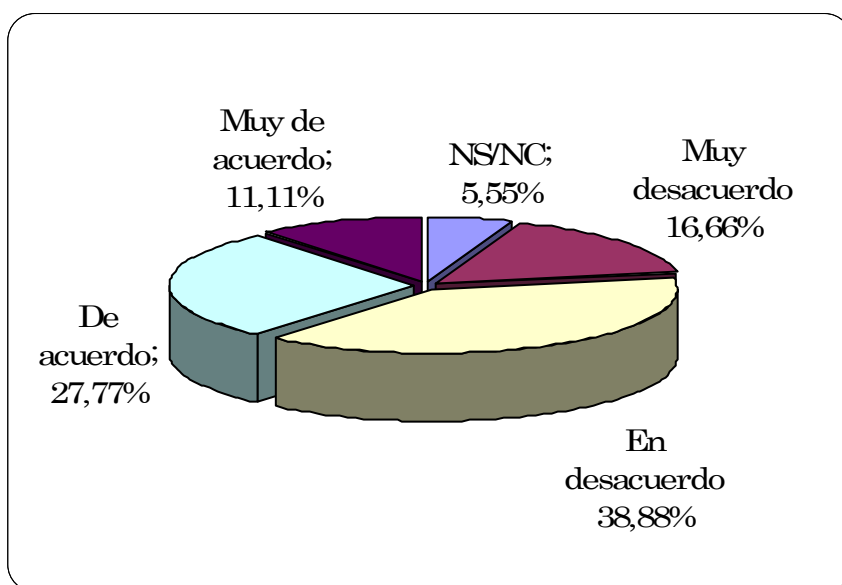
Observación optativa del experto

Pregunta 14: El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 38,88% está de acuerdo con el enunciado.

El 55,54% está en desacuerdo con el enunciado.



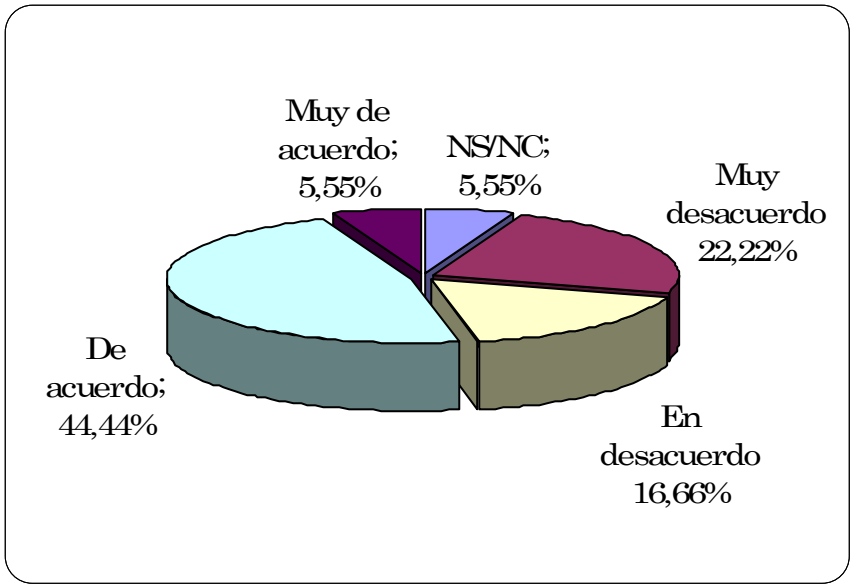
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 15: Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 49,99% está de acuerdo con el enunciado.
El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

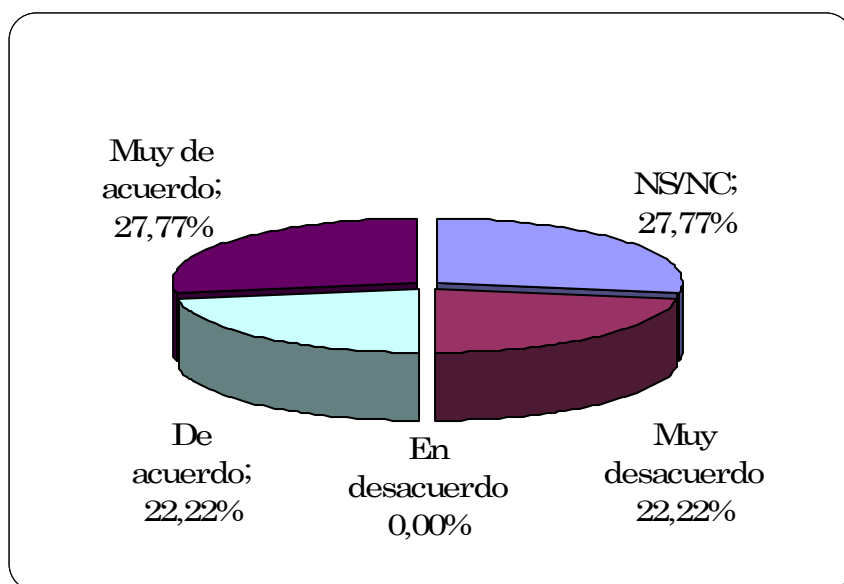
Observación optativa del experto

Pregunta 16: La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura nacional y autonómica.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 49,99% está de acuerdo con el enunciado.

El 22,22% está en desacuerdo con el enunciado.



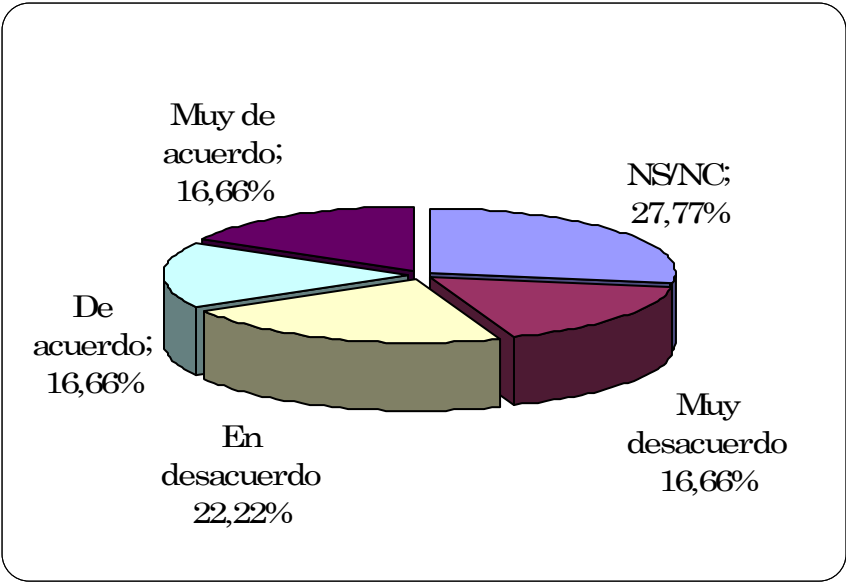
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 17: La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 32,32% está de acuerdo con el enunciado.
El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

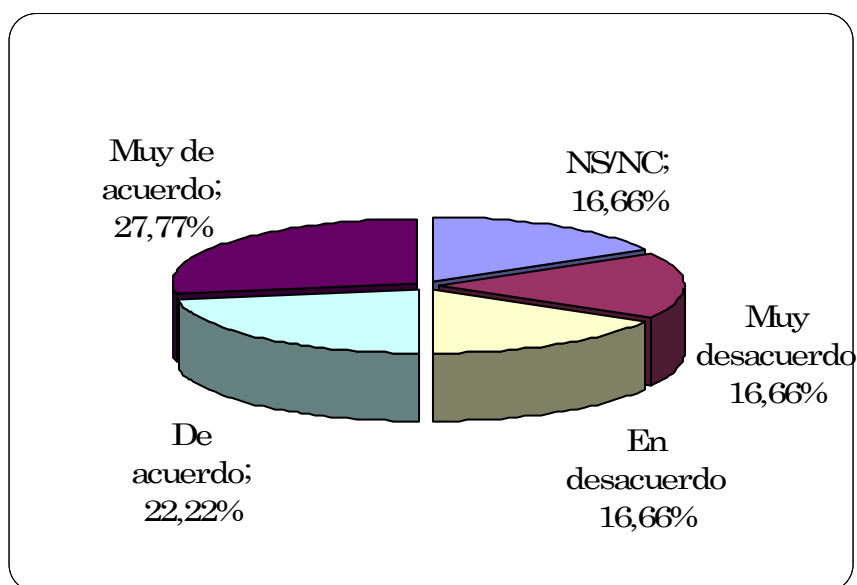
Observación optativa del experto

Pregunta 18: La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y la reparto de los gastos de emisión.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 49,99% está de acuerdo con el enunciado.

El 33,32% está en desacuerdo con el enunciado.



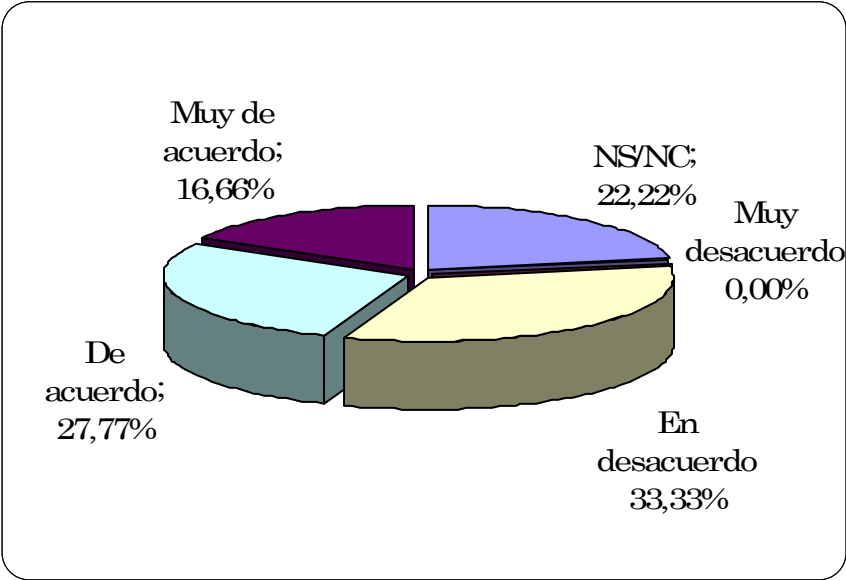
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 19: El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,43% está de acuerdo con el enunciado.
El 33,33% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

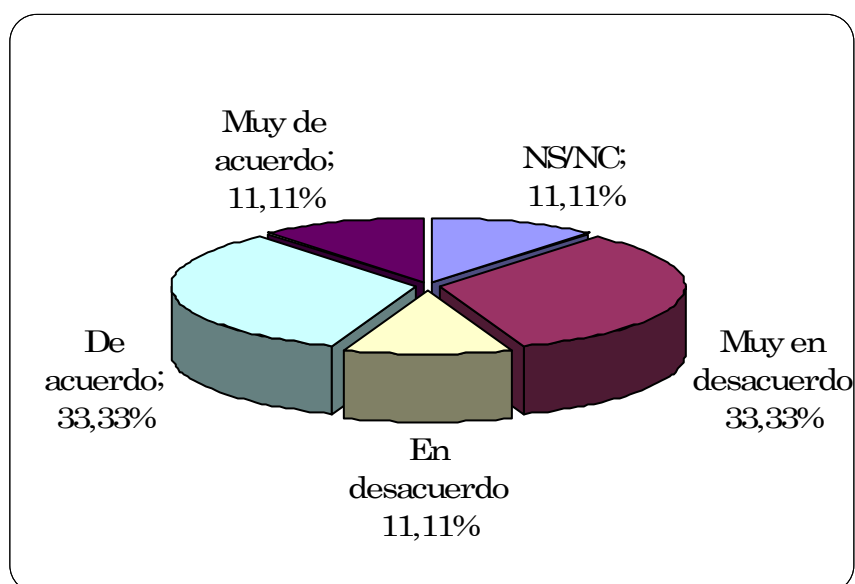
Observación optativa del experto

Pregunta 20: La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,44% está de acuerdo con el enunciado.

El 44,44% está en desacuerdo con el enunciado.



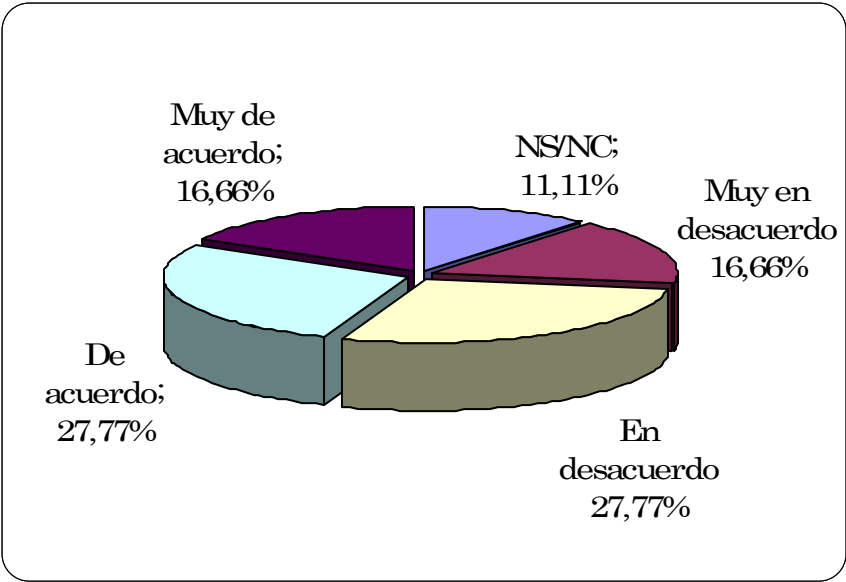
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 21: El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,43% está de acuerdo con el enunciado.
El 44,43% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

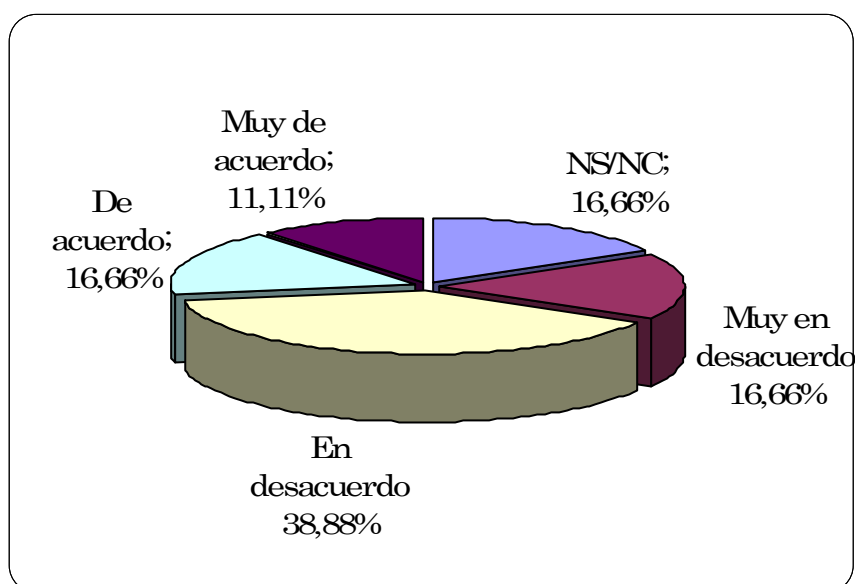
Observación optativa del experto

Pregunta 22: La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 27,77% está de acuerdo con el enunciado.

El 55,54% está en desacuerdo con el enunciado.



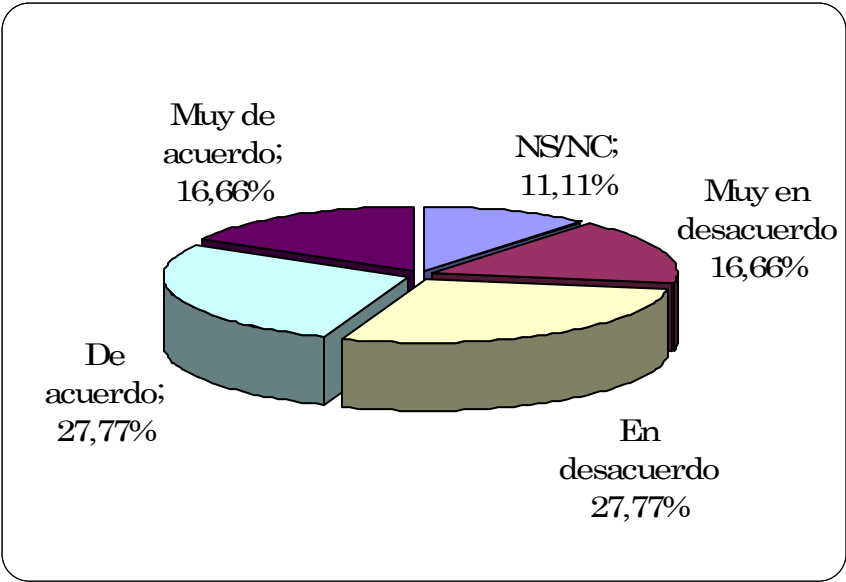
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 23: El concepto de demarcación debilita el carácter de proximidad de las emisiones de televisión local.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,43% está de acuerdo con el enunciado.
El 44,43% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

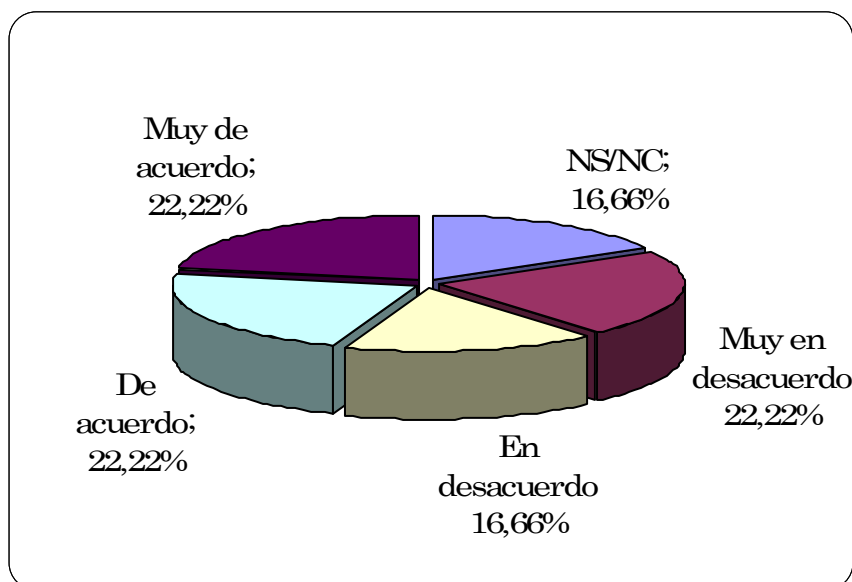
Observación optativa del experto

Pregunta 24: En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 44,44% está de acuerdo con el enunciado.

El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



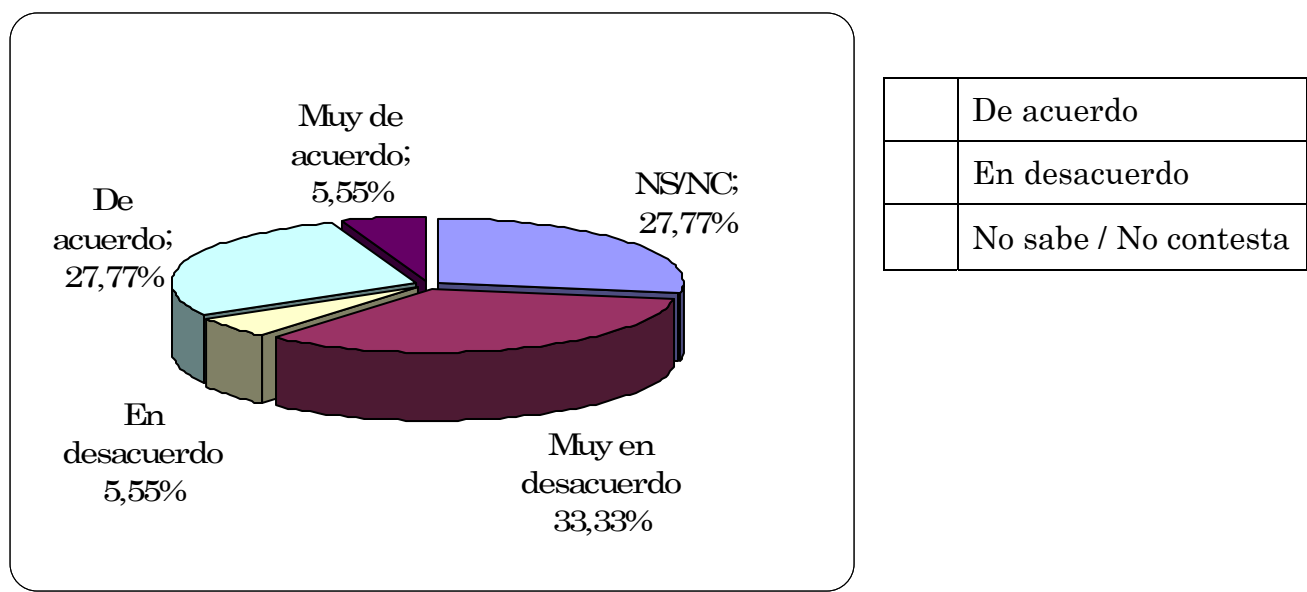
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 25: La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones ‘históricas’ que no hubieran obtenido licencia en los concursos de adjudicación.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 33,32% está de acuerdo con el enunciado.
El 38,88% está en desacuerdo con el enunciado.



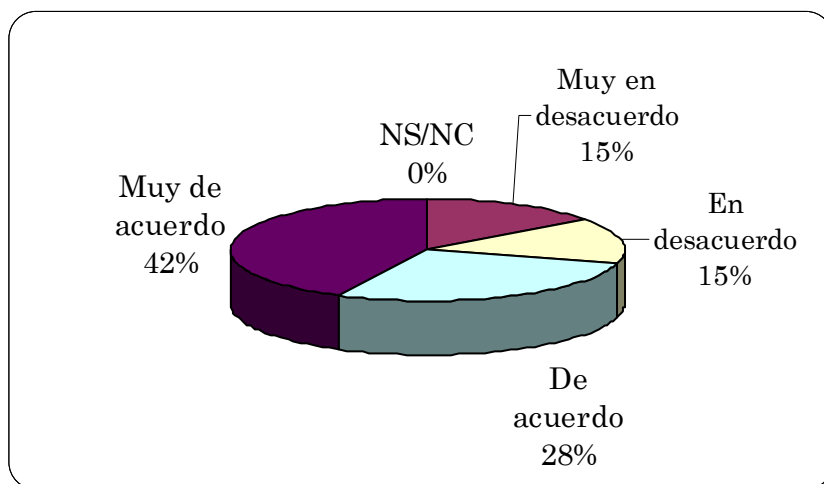
Observación optativa del experto

Pregunta 26: La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 71,42% está de acuerdo con el enunciado.

El 29,70% está en desacuerdo con el enunciado.



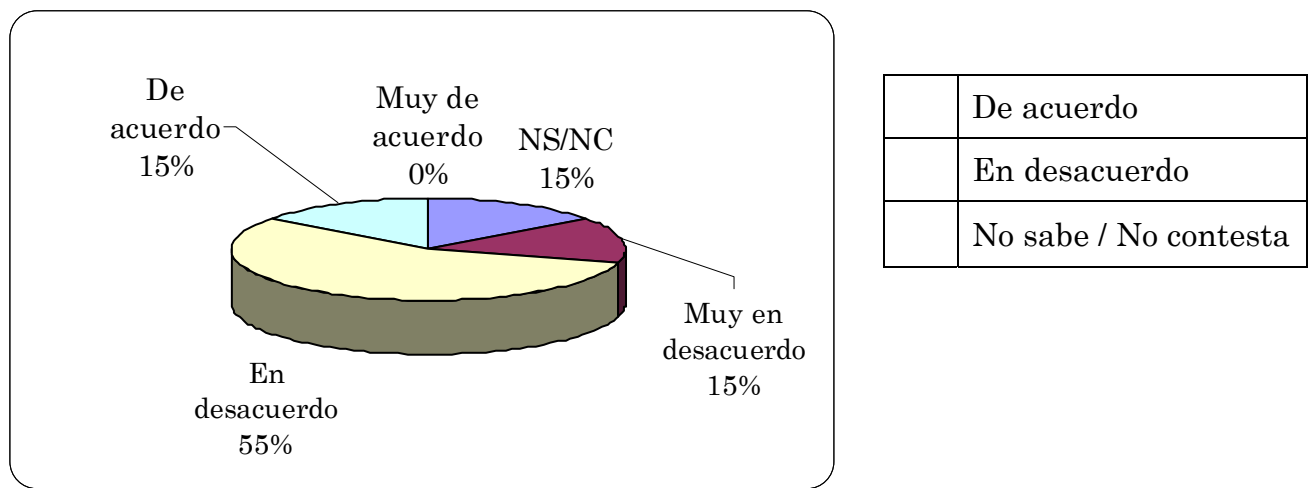
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 27: Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 14,85% está de acuerdo con el enunciado.
El 71,99% está en desacuerdo con el enunciado.



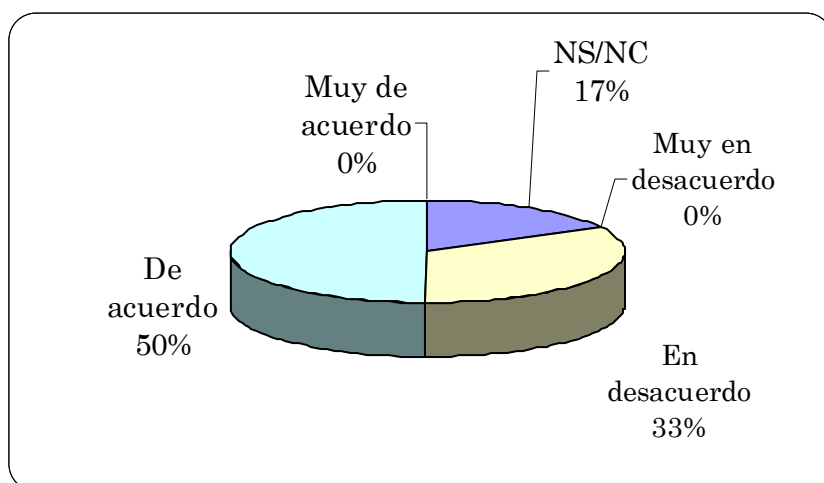
Observación optativa del experto

Pregunta 28: El cumplimiento de las funciones del servicio público de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) quedará relegado a las televisiones locales de titularidad pública.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 42,85% está de acuerdo con el enunciado.

El 28,57% está en desacuerdo con el enunciado.



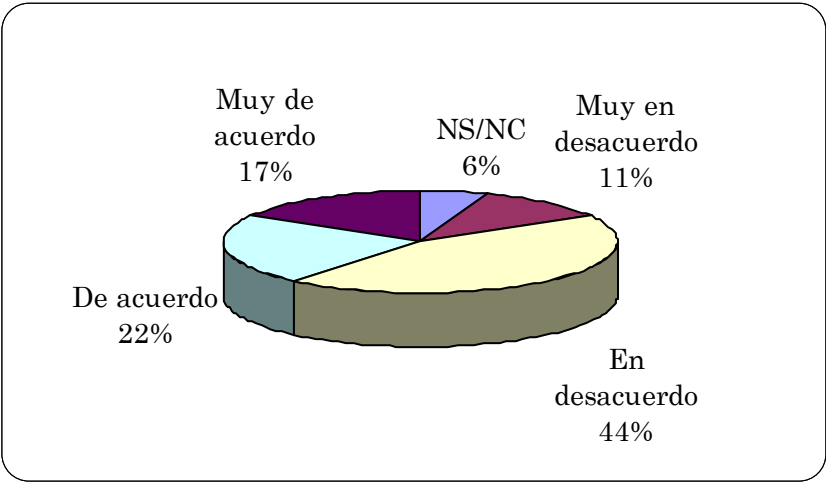
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 29: Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 38,88% está de acuerdo con el enunciado.
El 55,55% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

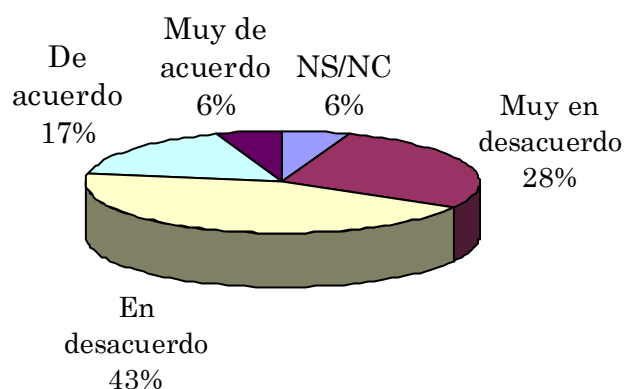
Observación optativa del experto

Pregunta 30: Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 22,21% está de acuerdo con el enunciado.

El 72,21% está en desacuerdo con el enunciado.



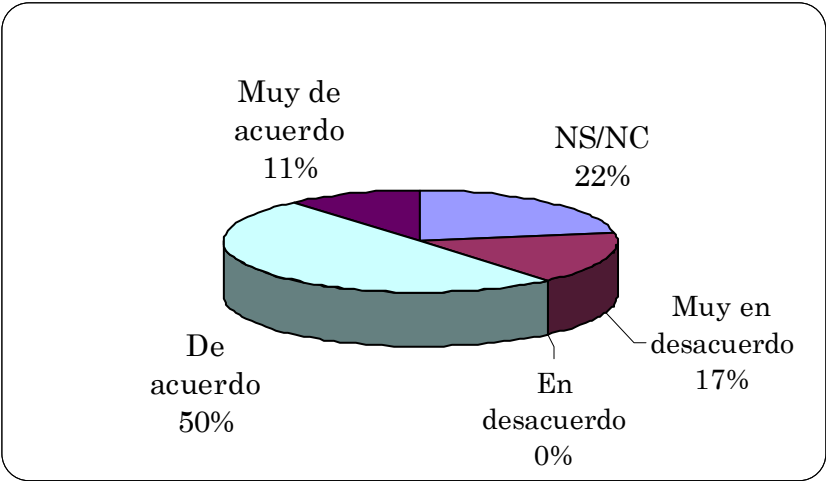
	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

Pregunta 31: Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 61% está de acuerdo con el enunciado.
El 16,66% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

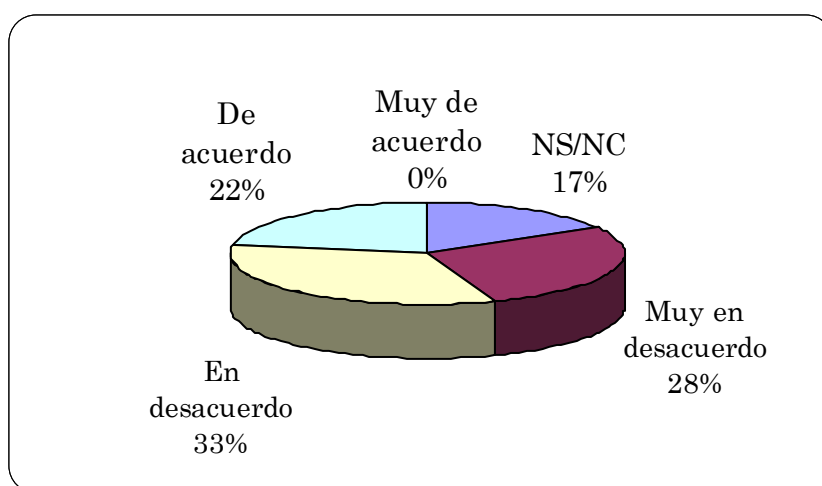
Observación optativa del experto

desvirtúa el carácter local de los contenidos de dicha emisora.

Considerando las opiniones obtenidas por el grupo en la primera ronda, reconsidere su respuesta inicial y responda según las opciones que se entregan a continuación:

El 22,22% está de acuerdo con el enunciado.

El 61,10% está en desacuerdo con el enunciado.



	De acuerdo
	En desacuerdo
	No sabe / No contesta

Observación optativa del experto

7.5. Anexo V: Resultados finales de la investigación.

		RONDA 1					RONDA 2		
		NS/NC	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	ACUERDO	DESACUERDO	NS/NC
P.1.	El apagado de las televisiones locales se producirá con anterioridad al de las televisiones nacionales y autonómicas.	5,55%	27,77%	11,11%	50,00%	5,55%	41,18	58,82	0,00
P.2.	El modelo de TDT Local se caracterizará por la emisión multipantalla de los contenidos locales de televisión.	0,00%	16,66%	50,00%	27,77%	5,55%	17,65	82,35	0,00
P.3.	La antenización de los hogares españoles supone un grave obstáculo para la implementación de la TDT local.	16,66%	27,77%	33,33%	11,11%	11,11%	58,82	35,29	5,88
P.4.	El apagado de las emisiones analógicas de televisión será un factor determinante para la normalización del sector local de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	22,22%		16,66%	22,22%	5,55%	47,06	41,18	11,76
P.5.	La cobertura y penetración de la TDT en 2010 no alcanzará los objetivos marcados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.	16,66%	5,55%	22,22%	11,11%	38,88%	58,82	29,41	11,76
P.6.	La antenización de los edificios colectivos permite la correcta visualización de las TDT locales.	38,88%	27,77%	22,22%	5,55%	5,55%	47,06	41,18	11,76
P.7.	La tecnología digital permitirá a la televisión local tener un marco legal estable.	27,77%	27,77%	5,55%	27,77%	11,11%	64,71	17,65	17,65

P.8	La viabilidad de todas las emisoras de TDT local está garantizada en el nuevo escenario digital.	0,00%	27,77%	50,00%	22,22%	0,00%	11,76	82,35	5,88
P.9	La transición digital de las emisiones locales de televisión supone consecuencias económicas negativas para las cuentas de explotación de las cadenas de televisión.	22,22%	11,11%	38,88%	11,11%	16,66%	41,18	47,06	11,76
P.10.	El modelo publicitario de financiación será el predominante en las TDT locales (de la Comunidad de Madrid) en 2012.	16,66%	38,88%	16,66%	16,66%	11,11%	29,41	58,82	11,76
P.11	Los servicios de valor añadido no sólo suponen un valor diferencial para las TDT locales, sino que supondrán nuevas fuentes de financiación adicionales.	22,22%	22,22%	16,66%	16,66%	22,22%	58,82	29,41	11,76
P.12	La concentración de licencias digitales en manos de los grupos de comunicación supone la estabilización del mercado local.	0,00%	22,22%	22,22%	50,00%	5,55%	41,18	47,06	11,76
P.13	La presencia de los grupos de comunicación en el sector de la televisión local desvirtúa el carácter de proximidad de este tipo de emisoras.	16,66%	22,22%	11,11%	22,22%	22,22%	82,35	11,76	5,88
P.14	El mercado publicitario local permitirá la supervivencia de todas las emisoras de TDT local en 2012.	5,55%	16,66%	38,88%	27,77%	11,11%	5,88	82,35	11,76

P.15	Las televisiones locales no pueden ser económicamente eficientes emitiendo sólo contenidos estrictamente locales.	5,55%	22,22%	16,66%	44,44%	5,55%	64,71	35,29	0,00
P.16	La clave del futuro de la TDT está en los contenidos, los cuales permitirán una diferenciación del resto de emisoras de cobertura nacional y autonómica.	27,77%	22,22%	0,00%	22,22%	27,77%	94,12	0,00	5,88
P.17	La posibilidad de ofrecer servicios interactivos, que complementen la oferta de contenidos locales, se convertirá para la televisión local en una ventaja competitiva.	27,77%	16,66%	22,22%	16,66%	16,66%	70,59	29,41	0,00
P.18	La viabilidad económica de la TDT local pasa necesariamente por el intercambio de contenidos y la reparto de los gastos de emisión.	16,66%	16,66%	16,66%	22,22%	27,77%	82,35	17,65	0,00
P.19	El Plan Técnico de TDT Local, y la introducción del concepto de demarcación, desvirtúa el concepto de proximidad de los contenidos locales de televisión.	22,22%	0,00%	33,33%	27,77%	16,66%	58,82	35,29	5,88
P.20	La concesión de licencias de TDT local en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) se ha realizado siempre con total transparencia y siguiendo el criterio de pluralidad informativa.	11,11%	33,33%	11,11%	33,33%	11,11%	17,65	52,94	29,41

P.21	El proceso de concesiones en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) ha supuesto una reordenación total de las frecuencias de televisión local y, por tanto, de los actores presentes en el mercado.	11,11%	16,66%	27,77%	27,77%	16,66%	47,06	23,53	29,41
P.22	La transición digital supondrá la desaparición de las llamadas televisiones 'históricas', es decir, aquellas que emitían antes de 1995 en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad).	16,66%	16,66%	38,88%	16,66%	11,11%	29,41	58,82	11,76
P.23	El concepto de demarcación debilita el carácter de proximidad de las emisiones de televisión local.	11,11%	16,66%	27,77%	27,77%	16,66%	47,06	41,18	11,76
P.24	En 2012 el mercado de televisión local de la Comunidad de Madrid asistirá a un progresivo proceso de concentración horizontal en favor de los grupos de comunicación.	16,66%	22,22%	16,66%	22,22%	22,22%	52,94	17,65	29,41
P.25	La enmienda introducida por Disposición adicional decimoctava de la Ley de Impulso de la Sociedad de la Información (Ley 56/2007) permitirá la permanencia en el mercado de aquellas televisiones 'históricas' que no hubieran obtenido licencia en los concursos.	27,77%	33,33%	5,55%	27,77%	5,55%	23,53	52,94	23,53

P.26	La televisión local juega un papel fundamental en el acceso del ciudadano a los servicios de la Sociedad de la Información y, por tanto, colabora para reducir la brecha digital.	0,00%	14,85%	14,85%	28,57%	42,85%	88,24	5,88	5,88
P.27	Ante el cese definitivo de las emisiones analógicas de las cadenas de televisión, los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están suficientemente informados.	14,85%	14,85%	57,14%	14,85%	0,00%	17,65	76,47	5,88
P.28	El cumplimiento de las funciones del servicio público de televisión en la Comunidad de Madrid (o en su Comunidad) quedará relegado a las televisiones locales de titularidad pública.	14,85%	0,00%	28,57%	42,85%	0,00%	64,71	23,53	11,76
P.29	Los ciudadanos de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) están más interesados por los contenidos de proximidad de las televisiones locales que por los ofrecidos por una televisión generalista.	5,55%	11,11%	44,44%	22,22%	16,66%	17,65	64,71	17,65
P.30	Las televisiones locales de la Comunidad de Madrid (o de su Comunidad) podrán subsistir emitiendo contenidos estrictamente locales.	5,55%	27,77%	44,44%	16,66%	5,55%	23,53	64,71	11,76

P.31	Una televisión local necesita de los contenidos generalistas que le aporta su pertenencia a una red, para completar su parrilla de programación.	22,22%	16,66%	0,00%	50,00%	11,00%	58,82	23,53	17,65
P.32	La pertenencia de una televisión local a una red de emisoras desvirtúa el carácter local de los contenidos de dicha emisora.	16,66%	27,77%	33,33%	22,22%	0,00%	47,06	47,06	5,88

7.6. Anexo VI: Orden 3019/2004, de 19 de noviembre, por la que se convoca el concurso público para la adjudicación de programas digitales de televisión local en la Comunidad de Madrid.

Universidad Complutense de Madrid

3545 *RESOLUCIÓN de 4 de octubre de 2004, de la Universidad Complutense de Madrid, por la que se convocan concursos de acceso a Cuerpos de los Funcionarios Docentes Universitarios.*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 63 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (en lo sucesivo LOU), y en el artículo 14 del Real Decreto 774/2002, de 26 de julio, por el que se regula el sistema de habilitación nacional para el acceso a Cuerpos de Funcionarios Docentes Universitarios y el régimen de los concursos de acceso respectivos (en adelante RDH) y a tenor de lo establecido en el artículo 84 de los Estatutos de la Universidad Complutense de Madrid, aprobados por Decreto 58/2003, de 8 de mayo, del Consejo de Gobierno (en adelante EUCM).

Este Rectorado ha resuelto convocar a concurso de acceso plazas vacantes de los Cuerpos de Funcionarios Docentes Universitarios.

Las bases de la convocatoria se han publicado en el "Boletín Oficial del Estado" del día 4 de octubre de 2004, así como en el tablón de anuncios del Rectorado de esta Universidad (avenida Séneca, número 2, 28040 Madrid) y en Internet en la dirección <http://www.ucm.es/info/vordacad>

El plazo de presentación de instancias se contará a partir del día siguiente al de la publicación de la convocatoria en el "Boletín Oficial del Estado".

El resto de las actuaciones necesarias para la conclusión de los concursos se irán haciendo públicas en los lugares anteriormente indicados, a excepción de los nombramientos que también se publicarán en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Contra la presente convocatoria, que pone fin a la vía administrativa, cabe interponer recurso contencioso-administrativo ante los Juzgados de lo Contencioso-Administrativo de Madrid, en el plazo de dos meses, contados desde el día siguiente al de su publicación. No obstante, y sin perjuicio de que se pueda ejercitar cualquier otro que se estime procedente, puede optarse por interponer contra la presente resolución recurso de reposición ante el Rector de la UCM, en el plazo de un mes, contado desde el día siguiente al de su publicación, en cuyo caso no podrá interponer el recurso contencioso-administrativo anteriormente mencionado en tanto no sea resuelto expresamente o se haya producido la desestimación presunta del recurso de reposición interpuesto, conforme a lo previsto en los artículos 116 y 117 de la LRJ-PAC.

Madrid, a 4 de octubre de 2004.—El Rector, Carlos Berzosa Alonso-Martínez.

(02/14.315/04)

Universidad Complutense de Madrid

3546 *RESOLUCIÓN de 4 de octubre de 2004, de la Universidad Complutense de Madrid, por la que se nombra a don Francisco Javier Huerta Calvo, don Ángel Gómez Moreno, doña Ana María Vian Herrero y don Gonzalo Santonja Gómez, Profesores Catedráticos de Universidad del área de conocimiento "Literatura Española".*

De conformidad con la propuesta elevada por la Comisión nombrada para juzgar el concurso para la provisión de plazas de los Cuerpos Docentes Universitarios, convocado mediante Resolución de esta Universidad de fecha 2 de abril de 2004 ("Boletín Oficial del Estado" de 4 de mayo de 2004), y presentada por el interesado la documentación a que hace referencia la base décima de la convocatoria, este Rectorado, en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 65 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, de 21 de diciembre ("Boletín Oficial del Estado" de 24 de diciembre), y demás disposiciones concordantes, he resuelto nombrar a don Francisco Javier Huerta Calvo, con DNI número 50.149.982; don Ángel Gómez Moreno, con DNI número 51.626.354; doña Ana María Vian Herrero, con DNI número 1.488.452, y a don Gonzalo Santonja Gómez, con DNI número 8.094.092, Catedráticos de Universidad de la Universidad Complutense de Madrid,

adscrita al Departamento de Filología Española II (Literatura Española), Código de plazas 01-00772, 01-00773, 01-00774 y 01-00775.

Contra la presente Resolución, que pone fin a la vía administrativa, cabe interponer recurso contencioso-administrativo ante los Juzgados de lo Contencioso-Administrativo de Madrid en el plazo de dos meses, contados desde el día siguiente a su publicación. No obstante, y sin perjuicio de que se pueda ejercitar cualquier otro que se estime procedente, puede optarse por interponer contra la presente Resolución recurso de reposición ante el Rector de la UCM, en el plazo de un mes, contado desde el día siguiente al de su publicación, en cuyo caso no podrá interponer el recurso contencioso-administrativo anteriormente mencionado en tanto no sea resuelto expresamente o se haya producido la desestimación presunta del recurso de reposición interpuesto, conforme a lo previsto en los artículos 116 y 117 de la LRJPAC.

Madrid, a 4 de octubre de 2004.—El Rector, Carlos Berzosa Alonso-Martínez.

(02/14.316/04)

Universidad de Alcalá

3547 *RESOLUCIÓN de 21 de octubre de 2004, de la Universidad de Alcalá, por la que se anuncia la convocatoria de concursos para la provisión de plazas de Profesorado Contratado y de Profesorado Funcionario Interino de los Cuerpos Docentes.*

La Universidad de Alcalá ha resuelto convocar las plazas de Profesorado Contratado y de Profesorado Interino de los Cuerpos Docentes que figuran en las relaciones expuestas en los tablones de anuncios del Servicio de Recursos Humanos, así como en la siguiente dirección de Internet:

http://www.uah.es/emple/empleo_publico_uah.

Las bases de las convocatorias y demás información adicional pueden ser consultadas en los citados tablones de anuncios y en la dirección de Internet indicada.

Los interesados en concurrir a los concursos presentarán en el Registro General de esta Universidad (Colegio de San Ildefonso, plaza de San Diego, sin número, Alcalá de Henares) instancia según los modelos que se facilitarán en el mismo, acompañada de los requisitos necesarios y cuantos justificantes de los méritos estimen oportunos, que deberán relacionar debidamente en la propia instancia (posteriormente no se volverá a abrir plazo alguno para presentar méritos o justificar los expuestos).

El plazo de presentación de instancias será de diez días a partir del siguiente al de la publicación de este anuncio en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Alcalá de Henares, a 21 de octubre de 2004.—El Rector, Virgilio Zapatero Gómez.

(02/15.640/04)

D) Anuncios

Consejería de Presidencia

Orden 3019/2004, de 19 de noviembre, del Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia de la Comunidad de Madrid por la que se convoca concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local y se aprueba el pliego de cláusulas administrativas particulares por el que ha de regirse el citado concurso.

La Ley 66/1997, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social, establece, en su disposición adicional cuadragésima cuarta, el régimen jurídico de la televisión digital

terrenal, fijando en su apartado 2, la necesidad de disponer del correspondiente título habilitante para la explotación de los servicios de televisión digital terrenal.

Igualmente determina, en su apartado 4, que las concesiones para la gestión indirecta de los servicios públicos de televisión con tecnología digital terrenal por entidades privadas, serán las que resulten técnicamente posibles, según la disponibilidad del espectro radioeléctrico y con arreglo a los planes técnicos para la prestación de los servicios de televisión digital terrenal que apruebe el Gobierno y que su otorgamiento se llevará a cabo por las Comunidades Autónomas si su ámbito es autonómico o local.

Asimismo, el apartado 3 del citado artículo señala que, con carácter previo al comienzo de la prestación de los servicios de televisión digital terrenal, será requisito indispensable la aprobación por el Ministerio de Fomento de los correspondientes reglamentos técnicos y de prestación de los servicios.

Con la modificación introducida en el artículo 1 de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por ondas terrestres, por la Ley 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y de Orden Social, la televisión local pasa a ser exclusivamente de tecnología digital.

Con la publicación del Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital local, se culminan los requisitos normativos necesarios para el inicio de este nuevo servicio público, al disponer ya la Comunidad de Madrid de las correspondientes asignaciones de canales múltiple radioeléctricos para las demarcaciones territoriales en él recogidas, sin perjuicio de las que puedan incluirse en una segunda fase cuando se produzca el cese de las emisiones de televisión analógica y exista una mayor disponibilidad de frecuencias.

Por otra parte, de conformidad con lo dispuesto en artículo 27.11 del Estatuto de Autonomía corresponde a la Comunidad de Madrid el desarrollo legislativo, la potestad reglamentaria y la ejecución, sobre las materias de prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación social en el marco de las normas básicas que el Estado establezca de acuerdo con el número 27, apartado 1 del artículo 149 de la Constitución.

En virtud de las competencias que tengo atribuidas por el Decreto 60/2004, de 15 de abril, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Presidencia,

DISPONGO

Primero

Convocar el concurso público para la adjudicación de las concesiones de programas de televisión digital terrenal con cobertura demarcacional y emisión en abierto que se recogen en el Anexo I de esta Orden, y que se regirá por el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que figura como Anexo II a la misma.

Cada canal múltiple se compone de, al menos, cuatro programas, uno de ellos destinado a gestión directa por los municipios integrantes de una demarcación que así lo decidan, por Acuerdo de sus Plenos.

En la prestación de los servicios adicionales de datos podrá destinarse hasta un 20 por 100 de la capacidad de transmisión digital del canal múltiple, siempre y cuando se asegure una calidad de servicio satisfactoria.

La presente convocatoria se refiere sólo a los programas reservados a la gestión del servicio por particulares, quedando excluidos los reservados a la gestión directa por los Ayuntamientos, todo ello sin perjuicio de que la Comunidad de Madrid pueda ampliar dicho número en convocatorias posteriores si lo permite el desarrollo tecnológico, en los términos establecidos en el número dos de la Disposición Adicional Tercera del Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de televisión digital local, sin que ello pueda suponer responsabilidad alguna para la Comunidad de Madrid.

Los concesionarios quedan obligados a introducir las innovaciones tecnológicas que permitan un mejor aprovechamiento del múltiple.

Segundo

Los Pliegos de Cláusulas Administrativas podrán ser consultados en la sede del Registro General de la Comunidad de Madrid, plaza del Descubridor Diego de Ordás, número 3, durante el período a que se extiende la presente convocatoria, siendo su horario: De lunes a viernes, de nueve a dieciocho; sábados, de nueve a trece.

Tercero

Las garantías provisionales que habrán de presentar los licitadores que opten a concesiones, ascenderán, en euros, a:

Demarcación	Garantía provisional (euros)
Alcalá de Henares	200.000
Alcobendas	150.000
Aranjuez	150.000
Collado Villalba	150.000
Fuenlabrada	200.000
Madrid	500.000
Móstoles	200.000
Pozuelo de Alarcón	150.000
San Martín de Valdeiglesias	75.000
Soto del Real	75.000

Cuarto

La Mesa de Contratación para este concurso estará compuesta del modo siguiente:

- Presidente: El Secretario General del Consejo de Gobierno.
- Vocales:
 - El Secretario General Técnico de la Consejería de Presidencia.
 - El Director General de los Servicios Jurídicos.
 - El Interventor Delegado de la Consejería de Presidencia.
 - El Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión.
 - El Técnico de Apoyo del Servicio de Radiodifusión y Televisión, que actuará como Secretario de la Mesa.

Quinto

El modelo de solicitud, Anexo III, los documentos que los interesados deben presentar, así como el plazo y lugar de presentación de los mismos figuran en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Las solicitudes deberán tener en cuenta las limitaciones del artículo 19 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, modificado por las Leyes 53/2002, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, y 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

No obstante lo anterior, las personas naturales, entidades sin ánimo de lucro y sociedades a las que se refiere el artículo 13 de la Ley 41/1995 podrán presentarse a la adjudicación de un solo programa en distintas demarcaciones, lo que harán constar en el Anexo III sin que por ello tengan que repetir la documentación aportada.

Los titulares de emisoras de Televisión local que acrediten estar emitiendo por ondas terrestres con anterioridad al 1 de enero de 1995 a las que se refiere la Disposición Transitoria Primera podrán utilizar la vía del apartado 3 de esta Disposición Transitoria, en cuyo caso deberán aportar a la Comunidad de Madrid, dentro del plazo establecido para el concurso, copia de la solicitud de entrega en el Ayuntamiento correspondiente para su curso a la Comunidad de Madrid.

Sexto

La apertura de proposiciones tendrá lugar en el Salón de Actos de la Consejería de Presidencia, Puerta del Sol, número 7, a las doce horas del día 26 de enero de 2005.

Madrid a 19 de noviembre de 2004.

El Vicepresidente Primero, Portavoz
y Consejero de Presidencia,
IGNACIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

ANEXO I

Referencia: TL01M.
Denominación: Alcalá de Henares.
Canal múltiple: 46.
Potencia radiada aparente máxima: 2 kW.
Ámbito: Alcalá de Henares, Torrejón de Ardoz, Coslada, San Fernando de Henares, Mejorada del Campo, Meco, Velilla de San Antonio, Villalbilla, Torres de la Alameda, Loeches, y Campo Real.
Superficie total: 436,53 km².
Densidad de población: 1.073 habitantes/km².

Referencia: TL02M.
Denominación: Alcobendas.
Canal múltiple: 51.
Potencia radiada aparente máxima: 1 kW.
Ámbito: Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos, Colmenar Viejo, Algete, San Agustín del Guadalix, Paracuellos de Jarama, Daganzo de Arriba, Fuente el Saz de Jarama, Molar (El), Cobeña, y Ajalvir.
Superficie total: 511,67 km².
Densidad de población: 565 habitantes/km².

Referencia: TL03M.
Denominación: Aranjuez.
Canal múltiple: 21.
Potencia radiada aparente máxima: 500 W.
Ámbito: Aranjuez, Rivas-Vaciamadrid, Arganda del Rey, Colmenar de Oreja, Morata de Tajuña, Chinchón, Villaconejos, Perales de Tajuña, y Titulcia.
Superficie total: 528,59 km².
Densidad de población: 266 habitantes/km².

Referencia: TL04M.
Denominación: Collado Villalba.
Canal múltiple: 29.
Potencia radiada aparente máxima: 500 W.
Ámbito: Collado Villalba, Galapagar, Torrelodones, San Lorenzo de El Escorial, Escorial (El), Guadarrama, Alpedrete, Moralzarzal, Hoyo de Manzanares, Cercedilla, Colmenarejo, Collado Mediano, Becerril de la Sierra, Molinos (Los), y Navacerrada.
Superficie total: 745,91 km².
Densidad de población: 250 habitantes/km².

Referencia: TL05M.
Denominación: Fuenlabrada.
Canal múltiple: 42.
Potencia radiada aparente máxima: 2 kW.
Ámbito: Fuenlabrada, Getafe, Parla, Valdemoro, Pinto, Ciempozuelos, y San Martín de la Vega.
Superficie total: 434,56 km².
Densidad de población: 1.214 habitantes/km².

Referencia: TL06M.
Denominación: Madrid.
Canal múltiple: 39.
Potencia radiada aparente máxima: 10 kW.
Ámbito: Madrid.
Superficie total: 605,77 km².
Densidad de población: 5.106 habitantes/km².

Referencia: TL07M.
Denominación: Madrid.
Canal múltiple: 50.
Potencia radiada aparente máxima: 10 kW.
Ámbito: Madrid.
Superficie total: 605,77 km².
Densidad de población: 5.106 habitantes/km².

Referencia: TL08M.
Denominación: Móstoles.
Canal múltiple: 30.
Potencia radiada aparente máxima: 2 kW.
Ámbito: Móstoles, Leganés, Alcorcón, Navalcarnero, Humanes de Madrid, Arroyomolinos, y Moraleja de Enmedio.
Superficie total: 293,81 km².
Densidad de población: 1.941 habitantes/km².

Referencia: TL09M.
Denominación: Pozuelo de Alarcón.
Canal múltiple: 23.
Potencia radiada aparente máxima: 1 kW.
Ámbito: Pozuelo de Alarcón, Rozas de Madrid (Las), Majadahonda, Boadilla del Monte, Villaviciosa de Odón, Villanueva de la Cañada, Villanueva del Pardillo, Brunete, y Sevilla la Nueva.
Superficie total: 390,69 km².
Densidad de población: 720 habitantes/km².

Referencia: TL10M.
Denominación: San Martín de Valdeiglesias.
Canal múltiple: 51.
Potencia radiada aparente máxima: 50 W.
Ámbito: San Martín de Valdeiglesias, Villa del Prado, Cadalso de los Vidrios, Navas del Rey, Cenicientos, Pelayos de la Presa, Aldea del Fresno, Chapinería, y Rozas de Puerto Real.
Superficie total: 489,41 km².
Densidad de población: 48 habitantes/km².

Referencia: TL11M.
Denominación: Soto del Real.
Canal múltiple: 35.
Potencia radiada aparente máxima: 50 W.
Ámbito: Soto del Real, Manzanares el Real, Miraflores de la Sierra, Boalo (El), Guadalupe de la Sierra, Torrelaguna, Cabrería (La), Bustarviejo, Venturada, Navalafuente, Valdemanco, y Cabanillas de la Sierra.
Superficie total: 535,58 km².
Densidad de población: 65 habitantes/km².

ANEXO II

**PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS
PARTICULARES PARA LA ADJUDICACIÓN, POR CONCURSO
PÚBLICO MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO,
DE CONCESIONES PARA PROGRAMAS,
PARA LA EXPLOTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO,
DE TELEVISIÓN DIGITAL TERRENAL LOCAL**

Primera*Objeto y órgano de contratación*

El presente Pliego tiene por objeto el establecimiento de las cláusulas administrativas particulares que habrá de regir el concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación por entidades privadas y/o particulares, en emisión en abierto, de programas del servicio público de televisión digital terrenal local (en adelante TDTL), mediante el empleo de la parte correspondiente de un canal múltiple, de frecuencia única y de cobertura demarcacional reservado, para la Comunidad de Madrid, en el artículo 8 del Plan técnico nacional de la televisión digital local incluido en el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital local.

El órgano de contratación es el Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia.

Segunda*Concesión del dominio público radioeléctrico*

Los interesados deberán solicitar, por conducto de la Comunidad de Madrid, al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio las concesiones del dominio público radioeléctrico correspondiente, una vez obtenidas las concesiones de los programas.

Tercera*Régimen jurídico*

La televisión local por ondas terrestres como medio audiovisual de comunicación social tiene la naturaleza de servicio público y se regirá por lo dispuesto en la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por ondas terrestres y por lo establecido en la parte vigente de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones; en la redacción del artículo 66 de la Ley 55/1999, de 29 de diciembre; por la Ley 34/1988, de 11 de

noviembre, General de Publicidad; por la Ley 25/1994, de 22 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

Asimismo, se incluye en el régimen jurídico aplicable los artículos 19 y 26 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada; la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones; el Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas; el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas; el Decreto 49/2003, de 3 de abril, por el que se aprueba el Reglamento General de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid; la Ley 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales de la Comunidad de Madrid; el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de televisión digital local; así como por las cláusulas incluidas en el presente Pliego.

Cuarta

Calendario

El procedimiento de adjudicación de las concesiones objeto del presente concurso público, se desarrollará con arreglo al siguiente calendario:

- Plazo de presentación de ofertas: Hasta las catorce horas del día 14 de enero de 2005.
- Análisis por la Mesa de Contratación del contenido del sobre número 1 y decisión acerca de la admisión o el rechazo de los licitadores: Tendrá lugar durante los diez días siguientes a la finalización del plazo de admisión de solicitudes. Dentro de ese período se otorgará un plazo de cinco días para, en su caso, rectificar aquellos defectos legalmente subsanables.
- Acto público de apertura del sobre número 2: A las doce horas del día 26 de enero de 2005, en el salón de actos de la Consejería de Presidencia, la Mesa de Contratación procederá, en sesión pública, a la apertura de las ofertas técnicas (sobre número 2).
- Evaluación de las ofertas: De conformidad con lo establecido en las correspondientes cláusulas del presente Pliego, se procederá con el asesoramiento técnico y petición de informes que estime y considere necesarios a la evaluación de las ofertas por la Mesa de Contratación y a la elevación de la propuesta de resolución al Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia. La propuesta de resolución deberá ser elevada por la Mesa de Contratación con fecha límite el día 1 de marzo de 2005.
- La resolución del concurso y el otorgamiento de las concesiones se llevará a cabo por el Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia.

Quinta

Capacidad para presentar ofertas

Gestión del servicio.

- Podrán presentarse al concurso las personas naturales de nacionalidad española o de los demás Estados miembros de la Unión Europea, así como las sociedades españolas y las entidades sin ánimo de lucro de la misma nacionalidad.
 - Si se trata de sociedades, su objeto social deberá incluir la gestión indirecta de este servicio de televisión digital. Las acciones de estas sociedades serán nominativas y la participación en su capital de personas que no sean nacionales de algún Estado miembro de la Unión Europea no podrá superar directa o indirectamente el 25 por 100 de su cuantía.
 - La concesión obliga a la explotación directa del servicio y será intransferible.
- En el supuesto de sociedades concesionarias, requerirán la previa autorización administrativa todos los actos y negocios jurídicos que impliquen la transmisión, disposición o gravamen de sus acciones u otros títulos de participación social.

Será requisito constitutivo de los actos y negocios jurídicos mencionados, su formalización mediante documento autorizado por fedatario público, quien no intervendrá o autorizará documento alguno sin que se acredite la preceptiva autorización administrativa. La autorización a que se refiere el presente párrafo será acordada por el órgano de la Comunidad de Madrid competente para el otorgamiento de la concesión.

Lo recogido en los dos párrafos anteriores será extensible a las personas naturales o entidades sin ánimo de lucro, cualquiera que sea su denominación, que resulten concesionarios.

El incumplimiento de lo dispuesto en los párrafos anteriores dará lugar a la revocación de la concesión y a la pérdida de la garantía definitiva.

- Los solicitantes deberán tener plena capacidad de obrar, acreditar su solvencia económica, financiera, técnica y profesional y, no estar incurso en ninguna causa que les impida contratar con la Comunidad de Madrid, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas. Igualmente, deberán explicitar no estar incurso en las limitaciones establecidas en el artículo 19 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, modificada por la Disposición adicional trigésima segunda de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.
- Las concesiones se inscribirán en el Registro de Sociedades Concesionarias de Televisión Digital de la Comunidad de Madrid creado a través de la Orden 787/2001, de 28 de mayo, de la Consejería de Presidencia.
- Los concesionarios estarán obligados a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público, el Gobierno de la Comunidad de Madrid estime necesarios.
- Los concesionarios quedan obligados al archivo de toda la programación durante tres meses.

Sexta

Solicitud de otorgamiento de la concesión

Los interesados presentarán la/s solicitud/es de otorgamiento de la concesión/es, firmada/s bien personalmente, caso de tratarse de personas naturales, bien por un representante legal debidamente apoderado, con sujeción al modelo que figura como Anexo III del Acuerdo por el que se aprueba el presente Pliego. La presentación de la solicitud presume la aceptación incondicionada por el interesado de las cláusulas del presente Pliego y la declaración responsable de que reúne todas las condiciones exigidas para contratar con la Comunidad de Madrid.

Séptima

Las proposiciones constarán de 3 sobres, cerrados y firmados por el licitador o persona que lo represente, debiendo figurar en el exterior de cada uno de ellos el nombre y apellidos del licitador o razón social de la empresa y su correspondiente NIF o CIF. En el interior se hará constar una relación numérica de los documentos que contienen. Los sobres se dividen de la siguiente forma:

Sobre número 1: "Documentación administrativa"

El sobre número 1, relativo a la "Documentación administrativa", contendrá un ejemplar de los siguientes documentos, presentándose sus originales o copias que tengan el carácter de auténticas conforme a la legislación vigente:

- Capacidad de obrar.
- Si la empresa fuera persona jurídica, la escritura de constitución o modificación, en su caso, inscrita en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, la escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional en el que consten las normas por las que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el corres-

pondiente Registro oficial, así como el Código de Identificación Fiscal (CIF), todo ello en original o copia que tenga el carácter de auténtica conforme a la legislación vigente, o fotocopia compulsada por funcionario habilitado para ello. Estos documentos deberán recoger el exacto régimen jurídico del licitador en el momento de la presentación de la proposición.

- 1.2. Las personas naturales, DNI vigente o documento que, en su caso, le sustituya reglamentariamente, en copia que tenga el carácter de auténtica conforme a la legislación vigente, o fotocopia compulsada por funcionario habilitado para ello. Las entidades sin ánimo de lucro, documento acreditativo de su personalidad y estatutos debidamente registrados en el Registro correspondiente.
- 1.3. Cuando se trate de empresarios no españoles de Estados miembros de la Comunidad Europea o signatarios del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, la capacidad de obrar se acreditará mediante su inscripción en un registro profesional o comercial, cuando este requisito sea exigido por la legislación del Estado respectivo.
- 1.4. Cuando se trate de empresas extranjeras no comprendidas en el párrafo anterior, informe de la Misión Diplomática Permanente u Oficina Consular de España del lugar del domicilio de la empresa en el que se haga constar, previa acreditación por la empresa, que figuran inscritas en el Registro local profesional, comercial o análogo, o en su defecto, que actúan con habitualidad en el tráfico local en el ámbito de las actividades a las que se extiende el objeto del contrato.
Igualmente, deberán acompañar informe de la Misión Diplomática Permanente de España o de la Secretaría General de Comercio Exterior del Ministerio de Economía y Hacienda sobre la condición de Estado signatario del Acuerdo sobre Contratación Pública de la Organización Mundial del Comercio o el informe de reciprocidad a que se refiere el artículo 23.1 del Texto Refundido de la Ley de Contratos para las Administraciones Públicas.
- 1.5. Las empresas extranjeras presentarán su documentación traducida de forma oficial al castellano.
2. Bastanteo de poderes.

Los que comparezcan o firmen proposiciones en nombre de otro o representen a una persona jurídica, deberán acompañar también poder acreditativo de su representación declarado bastante por un Letrado de los Servicios Jurídicos de la Comunidad de Madrid, todo ello en original o copia compulsada. Igualmente deberá presentar fotocopia compulsada del DNI de la persona a cuyo favor se otorgó el apoderamiento o representación. Si el documento acreditativo de la representación contuviese delegación permanente de facultades, deberá figurar inscrito en el Registro Mercantil.

Se significa que, de acuerdo con lo establecido en la Ley de Tasas y Precios Públicos de la Comunidad de Madrid, Texto Refundido aprobado por Decreto Legislativo 1/2002, de 24 de octubre, la solicitud de bastanteo se encuentra sujeta a tasa, debiendo autoliquidarse por el interesado en el momento de su formulación, requisito sin el cual no se iniciará la actuación administrativa, según lo establecido en la Orden 98/2002, de 29 de enero, de la Consejería de Presidencia, por la que se aprueban las normas de gestión, liquidación y recaudación de la tasa por bastanteo de documentos.

3. Declaraciones relativas a no estar incursos en prohibiciones e incompatibilidades para contratar con la Administración, de estar al corriente al cumplimiento de obligaciones tributarias y con la Seguridad Social y de que no existen deudas en período ejecutivo con la Comunidad de Madrid.

Declaración responsable, conforme al modelo fijado en el Anexo IV de esta Orden, de que el empresario, si se tratare de persona física, o la empresa, sus administradores y representantes, si se tratare de persona jurídica, así como el firmante de la proposición, no están incursos en ninguna de las prohibiciones e incompatibilidades para contratar señaladas en el artículo 20 del Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, en los términos y condiciones previstas en el mismo, en la Ley 14/1995, de 21 de abril, de Incompatibilidades de Altos Cargos

de la Comunidad de Madrid, y en el artículo 29.5 de la Ley 9/1999, de 8 de noviembre, Reguladora de la Hacienda de la Comunidad de Madrid. Esta declaración comprenderá expresamente hallarse al corriente del cumplimiento de las obligaciones Tributarias y con la Seguridad Social, impuestas por las disposiciones vigentes, así como de no tener deudas en período ejecutivo de pago, salvo que estuvieran garantizadas con la Comunidad de Madrid.

4. Declaración relativa a las empresas que estén obligadas a tener en su plantilla trabajadores minusválidos.

Declaración responsable, conforme al modelo fijado en el Anexo V a la presente Orden, por la que, de resultar adjudicatario, asume la obligación de tener empleados, durante la vigencia del contrato, trabajadores minusválidos en un 2 por 100, al menos, de la plantilla de la empresa, si ésta alcanza un número de 50 o más trabajadores y el contratista esté sujeto a tal obligación, de acuerdo con el artículo 38.1 de la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de Minusválidos, a la de adoptar las medidas alternativas desarrolladas reglamentariamente por el Real Decreto 27/2000, de 14 de enero. En esta declaración se hará constar, además, que asume igualmente la obligación de acreditar ante el órgano de contratación cuando le fuese requerido durante la vigencia del contrato o, en todo caso, antes de la devolución de la garantía definitiva, el cumplimiento de la obligación anteriormente referida.

5. Jurisdicción de empresas extranjeras.

Las empresas extranjeras deberán presentar declaración de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles.

6. Garantía provisional.

Resguardos que acrediten haber constituido la garantía provisional, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 35.1 del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, y su normativa de desarrollo, por las cuantías recogidas en el apartado tercero del Dispongo de esta Orden.

Las garantías provisionales que habrán de presentar los licitadores que opten a concesiones, ascenderán, en euros, a:

Demarcación	Garantía provisional (euros)
Alcalá de Henares	200.000
Alcobendas	150.000
Aranjuez	150.000
Collado Villalba	150.000
Fuenlabrada	200.000
Madrid	500.000
Móstoles	200.000
Pozuelo de Alarcón	150.000
San Martín de Valdeiglesias	75.000
Soto del Real	75.000

Octava

Sobre número 2: "Oferta técnica"

La "Oferta técnica", sobre número 2, no podrá exceder de 100 páginas, modelo DIN-A4, mecanografiadas a doble espacio, con una letra de tamaño no inferior a 12 puntos.

Un máximo de 10 páginas se destinarán al resumen del contenido del sobre número 2 al que se refiere el párrafo anterior de la presente cláusula.

El número máximo de páginas establecido en el párrafo primero de la presente cláusula no incluye los índices, ni los anexos de carácter gráfico o numérico que puedan incorporarse a la oferta técnica. El sobre número 2 contendrá dos copias de toda la documentación presentada en el mismo. Igualmente se aportará esta documentación en CD-Rom.

Con carácter general, y sin perjuicio, en todo caso, del cumplimiento de las exigencias específicas contenidas en los diversos apartados de la presente cláusula, los licitadores describirán bre-

vemente y aportarán los documentos acreditativos de su experiencia y capacidad en relación con la TDTL.

La "Oferta técnica" deberá estar estructurada como sigue:

Punto 1. Resumen.

En el resumen se describirán los siguientes aspectos:

- Breve descripción de la persona natural o entidad licitadora.
- Resumen de la propuesta en cuanto a la oferta para la TDTL en la demarcación elegida.
- Características de la oferta de contenidos a ofrecer por el licitador.
- Definición de las estrategias básicas para promocionar entre los usuarios la obtención de los equipos receptores necesarios para recibir los nuevos servicios de la TDTL.
- La estrategia de atención al cliente en relación con los servicios adicionales a la televisión.
- Los elementos clave en cuanto a la posición competitiva de la TDTL frente a otras modalidades de servicios de televisión digital.
- Estimación del empleo generado.
- Finalmente, los licitadores, teniendo en cuenta los aspectos globales de su oferta detallados en los apartados siguientes, deberán resumir las razones por las que, a su juicio, la adjudicación de los programas, permitirá desarrollar en la Comunidad de Madrid con éxito la televisión digital terrenal, en especial, como una nueva alternativa competitiva con otros servicios de televisión digital.
- Plan de negocio con especificación del calendario de desarrollo del mismo y los objetivos anuales estimados. Así como los compromisos cerrados de contenidos, y servicios que se prevén prestar de cara a la puesta en marcha de la TDT.

Punto 2. Presentación del licitador.

Se precisarán los siguientes extremos:

- Experiencia en las áreas de programación, desarrollo y gestión de contenidos, gestión y explotación de servicios de televisión y de los servicios de telecomunicaciones digitales que se integran con los anteriores.
- Capacidad de comercialización de servicios adicionales dirigidos al mercado residencial.
- Recursos financieros del licitador.

Punto 3. Oferta de la TDTL propuesta.

- Se recogerán los tipos de contenidos y clases de servicios que se van a suministrar al público y que supongan una oferta diferenciada frente a otras opciones existentes en el mercado, así como el compromiso de pluralidad y libertad de ideas.
- Se explicitarán los diferentes tipos de programas que vayan a ser emitidos, tales como los deportivos, los informativos, los documentales y los seriales, así como por las características y estilos de programación, suministrándose la siguiente información:
 - Las características del programa, su estilo y a qué tipo de audiencia va dirigido.
 - Características diferenciales de la oferta de la TDTL frente a otras opciones existentes en el mercado.
- Los licitadores deberán especificar en su propuesta si tienen la intención de proporcionar servicios digitales adicionales de TDTL, y, en caso afirmativo, una estimación de la capacidad de transmisión digital que utilizarán para ellos, dejando claro y explícito el caso en el que no tengan intención de hacerlo.

Algunos de estos servicios tienen la consideración de red de comunicación electrónica, según la definición 25 del Anexo II de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones y están sometidos a la obtención de la correspondiente autorización de acuerdo con el artículo 45 de la antedicha Ley por lo que los licitadores, en el caso de incluir en su oferta tales servicios y no disponer de tales autorizaciones o licencias, se comprometerán a solicitar y tramitar las correspondientes autorizaciones ante el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

En la prestación de los servicios adicionales digitales de TDTL, será obligatorio dedicar al menos el 80 por 100 de

la capacidad de transmisión digital a la emisión de contenidos y programas de televisión digital.

- Para el caso de que los licitadores se propongan la prestación de servicios adicionales a la televisión describirán su estrategia de tarifas y precios de los servicios propuestos exponiendo las bases sobre las cuales se han previsto dichas tarifas y precios.
- Los licitadores detallarán sus planes de publicidad y promoción para el lanzamiento del servicio.

Punto 4. Organización de la sociedad licitadora y empleo.

Los licitadores suministrarán información detallada acerca de:

- La organización de la persona licitadora, natural o jurídica, incluyendo un organigrama del equipo directivo y su descripción.
- Empleo directo: Descripción de los niveles de empleo que se prevean crear, estructura de la plantilla, especificando el carácter indefinido o temporal de los contratos. Se especificará el porcentaje de trabajadores minusválidos a contratar en la plantilla considerando lo establecido en el artículo 8.c) del Decreto 49/2003, de 3 de abril, por el que se aprueba el Reglamento General de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid, cuando el contratista esté sujeto a dicha obligación de acuerdo con el artículo 38.1 de la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de Minusválidos, o bien la obligación de adoptar medias alternativas en los términos establecidos en el Real Decreto 2/2000, de 14 de enero.
- Empleo indirecto: Previsiones del empleo indirecto que se pueda crear en los distintos sectores afectados.
- Programa de inversiones: Los licitadores detallarán su programa de inversiones previsto para cada uno de los ejercicios económicos, durante todo el período de vigencia de la concesión.
- Estructura de capital y estrategia de financiación: Los licitadores deberán suministrar información acerca de las diversas fuentes de financiación de la persona o entidad licitadora para soportar las previsiones del plan financiero y de negocio. Para ello, los licitadores describirán claramente la capacidad y flexibilidad de su estrategia de financiación, incluyendo todas las posibles alternativas a su alcance.
- Compromisos sobre contenidos, equipamientos y servicios.

Novena

Sobre número 3: "Objetivos"

En la elaboración de la documentación del sobre 3, los licitadores tendrán en cuenta especialmente aquellas actuaciones que favorezcan y permitan conseguir los siguientes objetivos:

- La salvaguarda de la pluralidad informativa.
- El desarrollo de producciones y contenidos audiovisuales en la Comunidad de Madrid.
- Implantación de equipos y aparatos receptores de televisión digital y el desarrollo de la industria de electrónica de consumo en la Comunidad de Madrid.
- El desarrollo de la Sociedad de la Información en la Comunidad de Madrid, a través de la creación de servicios y aplicaciones innovadoras, dirigidos a los ciudadanos.

Décima

Lugar y fecha de presentación de las ofertas

Los tres sobres cerrados, conteniendo la información señalada anteriormente, dirigidos a la Consejería de Presidencia, deberán entregarse en el Registro General de la Comunidad de Madrid, plaza del Descubridor Diego de Ordás, número 3, o remitirse por correo, en todo caso, en el plazo indicado en la cláusula cuarta, con arreglo al procedimiento y con sujeción a lo establecido en el artículo 100 del Reglamento General de Contratación del Estado.

Cuando las proposiciones se envíen por correo, deberán dirigirse a la dirección indicada en el párrafo anterior, debiendo justificar la fecha y la hora de presentación del envío en la oficina de Correos y anunciar al órgano de contratación la remisión de la oferta

mediante telegrama, en el que se consignará el título completo del contrato y el nombre del licitador. El telegrama deberá haberse presentado igualmente el mismo día de la imposición del envío. Para justificar que el envío se realiza dentro de la fecha y hora límites señaladas para la admisión de proposiciones, se exigirá, como medio de prueba, que en el texto del telegrama se haga referencia al número de certificado del envío hecho por correo.

Undécima

Mesa de Contratación

La Mesa de Contratación estará compuesta del modo siguiente:

- Presidente: El Secretario General del Consejo de Gobierno.
- Vocales:
 - El Secretario General Técnico de la Consejería de Presidencia.
 - El Director General de los Servicios Jurídicos.
 - El Interventor Delegado de la Consejería de Presidencia.
 - El Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión.
 - El Técnico de Apoyo del Servicio de Radiodifusión y Televisión, que actuará como Secretario de la Mesa.

Duodécima

Análisis del contenido del sobre número 1

La Mesa de Contratación examinará la documentación administrativa (sobre número 1) y resolverá la admisión o el rechazo, en su caso, de los licitadores presentados. Si la Mesa observase defectos materiales en la documentación presentada, podrá conceder un plazo no superior a cinco días para que el licitador subsane el error, bajo apercibimiento expreso de exclusión del concurso en caso contrario. Tratándose de defectos insubsanables, la Mesa resolverá en todo caso el rechazo del licitador.

Decimotercera

Procedimiento de evaluación

Cada oferta será calificada mediante la siguiente puntuación y de acuerdo con los criterios que se detallan:

1. La pluralidad de la oferta informativa: Hasta un máximo de 10 puntos.
2. La información específica de la demarcación correspondiente a cada proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos.
3. Viabilidad económica del proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos.
4. Viabilidad técnica del proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos.
5. La calidad y pluralidad de los contenidos en la programación televisiva: Hasta un máximo de 10 puntos.
6. Servicios adicionales ofrecidos: Hasta un máximo de 10 puntos.
7. Satisfacción de las diversas demandas y plurales intereses del público: Hasta un máximo de 10 puntos.
8. Creación de empleo: Calidad y estabilidad, hasta un máximo de 10 puntos.

Se hará expresa referencia a la asunción de la obligación de contratar trabajadores minusválidos en los términos establecidos en el artículo 8.c) del Decreto 49/2003, de 3 de abril, por el que se aprueba el Reglamento General de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid, cuando el contratista esté sujeto a dicha obligación de acuerdo con el artículo 38.1 de la Ley 13/1982, de 7 de abril, de Integración Social de Minusválidos o bien la obligación de adoptar medidas alternativas en los términos establecidos en el Real Decreto 2/2000, de 14 de enero.

9. La promoción social, económica y cultural de la demarcación de cada proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos.
10. Contribución al desarrollo tecnológico e industrial en la Comunidad de Madrid: Hasta un máximo de 10 puntos.

A las entidades sin ánimo de lucro se les adjudicará una puntuación inicial de 5 puntos.

Decimocuarta

Adjudicación del concurso

Una vez concluido su trabajo de evaluación la Mesa de Contratación aprobará la propuesta de adjudicación del concurso, que elevará al Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia para su aprobación, pudiendo declararlo desierto.

Podrán declararse desiertos algunos o todos los programas cuando las ofertas presentadas no alcancen los 50 puntos.

La resolución del Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia pondrá fin a la vía administrativa.

Decimoquinta

Notificación y publicación de la Resolución

La Resolución del concurso se notificará a los licitadores y se publicará en el BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

Decimosexta

Garantía definitiva

Notificada la adjudicación de la concesión, el adjudicatario deberá acreditar, dentro del plazo de los quince días siguientes, la constitución de una garantía definitiva, por una cuantía, en euros, de:

Demarcación	Garantía definitiva (euros)
Alcalá de Henares	400.000
Alcobendas	300.000
Aranjuez	300.000
Collado Villalba	300.000
Fuenlabrada	400.000
Madrid	600.000
Móstoles	400.000
Pozuelo de Alarcón	300.000
San Martín de Valdeiglesias	150.000
Soto del Real	150.000

El importe de la garantía ha sido fijado por la Comunidad de Madrid al amparo de lo dispuesto por el artículo 38 del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas. La garantía definitiva estará afecta al cumplimiento de las responsabilidades y obligaciones administrativas dimanantes de la concesión.

En caso de que con cargo a la garantía definitiva se hagan efectivas penalidades o indemnizaciones, el adjudicatario deberá reponer o ampliar la garantía en la cuantía que corresponda, incurriendo, en caso contrario, en causa de resolución.

Decimoséptima

Formalización del contrato

El contrato se formalizará en documento administrativo, dentro de los treinta días siguientes a la notificación de la resolución de adjudicación, previa justificación de haber quedado constituida la garantía definitiva, de haber abonado los gastos de anuncio de licitación y del cumplimiento en el momento de la formalización de los compromisos expresos que puedan haberse formulado. No obstante, el contrato se formalizará en escritura pública cuando así lo solicite el concesionario, siendo a su costa todos los gastos derivados de su otorgamiento.

Al documento formalizador se unirá, como parte integrante del mismo, un ejemplar del presente Pliego de Cláusulas.

La concesión y su titular, así como los datos y circunstancias pertinentes, entre las que se encuentran su escritura de constitución y estatutos, quedarán inscritos en el Registro de Entidades Concesionarias de Televisión Digital Terrenal de la Comunidad de Madrid.

Con anterioridad al inicio del servicio, el titular deberá acreditar ante la Consejería de Presidencia de la Comunidad de Madrid haber presentado, en la Delegación, Administración u Oficina

Liquidadora de Hacienda, la autoliquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, de conformidad con el Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley que regula dicho impuesto, y demás disposiciones aplicables.

Decimoctava

Gastos imputables al concesionario

Serán de cuenta del adjudicatario todos los gastos y tributos derivados de la publicación, que no superarán en ningún caso los 1.800 euros.

De igual modo, serán de cuenta del adjudicatario todos los gastos y tributos derivados de la licitación, formalización y cumplimiento del contrato.

Decimonovena

Plazo de la concesión

La concesión se otorgará por un plazo de cinco años prorrogables en los términos establecidos en el artículo 14 de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de televisión local por ondas terrestres. Este plazo comenzará a computar desde la puesta en funcionamiento del servicio, salvo que a juicio de la Administración, ésta sea demorada por causas imputables exclusivamente al concesionario.

El concesionario deberá solicitar la prórroga con, al menos, tres meses de anticipación al vencimiento de la concesión.

Para el otorgamiento de la misma, la Comunidad de Madrid valorará y ponderará la gestión del servicio realizado por el concesionario.

Vigésima

Derechos del concesionario

Corresponderán al concesionario los siguientes derechos:

1. Disponer del espectro radioeléctrico necesario para la prestación del servicio público de TDTL que se le ha otorgado.

2. Emitir programas de televisión digital en abierto y prestar en su demarcación los servicios digitales adicionales de TDTL que proporcionalmente le correspondan, así como, en su caso, fijar y percibir las tarifas de los servicios adicionales contratados por los abonados.

3. El concesionario, bajo su responsabilidad, podrá subcontratar prestaciones accesorias, en los términos establecidos en el artículo 170 del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, con autorización previa de la Secretaría General del Consejo de Gobierno.

4. En general, cualesquiera otros derechos que se le reconozcan en el presente Pliego o les correspondan como concesionario, en virtud de lo establecido en la legislación de Contratos de las Administraciones Públicas.

Vigésimo primera

Obligaciones del concesionario

El concesionario está obligado al cumplimiento fiel y exacto de los términos de la concesión. Asimismo, el concesionario, con carácter general, vendrá obligado a cumplir, tanto las obligaciones impuestas en el presente Pliego, como las aceptadas por la Comunidad de Madrid en virtud de las mejoras presentadas en su oferta. Serán obligaciones del concesionario, las siguientes:

1. Difundir los programas de TDTL a través de la empresa seleccionada por concurso público para facilitar la infraestructura técnica del canal múltiple para la prestación del servicio portador-difusor

2. Explotar directamente el servicio público objeto de la concesión.

3. Emitir la programación de televisión en abierto.

4. Explotar los servicios adicionales que proporcionalmente le correspondan en las mismas condiciones que el resto de los operadores con los que comparta el canal múltiple destinado a la cobertura de la demarcación asignada, bien en abierto, bien en acceso condicional, según los términos de su oferta.

5. La Comunidad de Madrid podrá autorizar emisiones en cadena en los casos previstos en el artículo 7.5 de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres, modificado por las Leyes 53/2002 de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social y 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

6. El concesionario se obligará especialmente a respetar, en materia de menores el artículo 8 de la Ley 2/2001, de 18 de abril de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales de la Comunidad de Madrid.

7. El concesionario estará obligado a archivar, durante tres meses a contar desde la fecha de su primera emisión, todos los programas emitidos, a los efectos de facilitar su inspección por las autoridades competentes y su consulta por los particulares conforme a la regulación general en esta materia.

8. El concesionario se obliga a difundir gratuitamente y con indicación de su origen los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público el Gobierno de la Comunidad de Madrid estime necesarios.

9. En la prestación de servicios de TDTL que requiera contraprestación económica de los usuarios, la sociedad concesionaria habrá de asegurar la continuidad del servicio y la adecuada prestación de aquéllos, asumiendo la obligación de resarcir, en su caso, a los usuarios por suspensión de la prestación del servicio por el importe de la contraprestación económica que debieran éstos satisfacer durante el tiempo de la interrupción o en el que el mismo no se preste adecuadamente.

10. El concesionario estará obligado a admitir como abonados o usuarios de los servicios de TDTL a todas las personas físicas o jurídicas que lo deseen, sin más limitaciones que las que se deriven de la capacidad técnica del servicio.

11. El otorgamiento de la concesión no exime a la sociedad concesionaria del cumplimiento de las demás obligaciones a las que venga obligado por otras normas.

Vigésimo segunda

El concesionario deberá satisfacer al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio las tasas que procedan en aplicación de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, sin perjuicio de los tributos exigibles por las normas fiscales aplicables por las distintas Administraciones Públicas.

Vigésimo tercera

Explotación del servicio público de TDTL en régimen de competencia y equilibrio económico-financiero de la concesión.

La concesión del servicio público de TDTL se otorgará con carácter no exclusivo. Podrán otorgarse, además, en la medida que las normas aplicables así lo prevean, concesiones coincidentes tanto por el ámbito geográfico, que podrá ser menor que el previsto en estas cláusulas, como por el fin al que se destinen, independientemente, en cualquier caso, de las tecnologías que a las mismas sirvan de soporte.

No supondrá alteración del equilibrio económico-financiero ni dará derecho a indemnización alguna por alteración del referido equilibrio, la entrada de nuevos competidores en la prestación del servicio de TDTL, ni la modificación de las condiciones de prestación que se deriven de la adaptación de la normativa nacional vigente a las normas comunitarias.

Vigésimo cuarta

Para la ejecución del contrato, el concesionario contará con el personal necesario para la satisfactoria prestación del servicio público de TDTL. Dicho personal dependerá exclusivamente del concesionario, quien queda obligado, respecto de aquél, al cumplimiento de las disposiciones vigentes, especialmente en materia laboral, de Seguridad Social y fiscal.

La Comunidad de Madrid es del todo ajena a las relaciones de cualquier índole que pudiera existir entre el concesionario y el referido personal

Vigésimo quinta*Inspección y dirección por la Administración*

La Comunidad de Madrid, conforme a lo establecido en el artículo 155.3 del Real Decreto Legislativo 2/2000, de 16 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, ejercerá los poderes de policía necesarios para asegurar la buena marcha del servicio objeto de la concesión.

La inspección, cuando proceda, será realizada por personal designado por la Consejería de Presidencia. Asimismo, el concesionario estará obligado a suministrar cuanta información sobre el funcionamiento de los sistemas le sea requerida y técnicamente resulte posible. Los informes elaborados por el órgano de inspección de la Consejería de Presidencia, servirán, en su caso, para que éste pueda dar las instrucciones oportunas al concesionario, el cual estará obligado a cumplirlas, a efectos de garantizar la prestación correcta y continuada del servicio.

Todo ello sin perjuicio de las competencias técnicas y que sobre el dominio público radioeléctrico tiene la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Vigésimo sexta*Responsabilidad del concesionario*

El contrato se ejecutará a riesgo y ventura del concesionario, siendo de su cuenta la indemnización de todos los daños que se causen, tanto a la Comunidad de Madrid como a terceros, como consecuencia de las actuaciones que requiera su ejecución.

Vigésimo séptima*Infracciones y sanciones*

1. De conformidad con el artículo 16 de la Ley 41/1995, de Televisión Local por Ondas Terrestres, el régimen de infracciones y sanciones será el establecido en la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, en la Ley 25/1994, de 22 de julio, sin perjuicio de los efectos jurídicos y las responsabilidades que para el concesionario pudieran derivarse del incumplimiento de la legislación de contratos de las Administraciones Públicas.

Igualmente, será de aplicación la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

2. Además, se considerarán infracciones muy graves, que serán sancionadas con multa de hasta 60.101,21 euros las siguientes:

- a) El incumplimiento por el concesionario de los principios que inspiran la prestación del servicio de televisión local por ondas terrestres señalados en el artículo 6 de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre.

- b) La violación reiterada de la prohibición de emisión en cadena.
- c) La violación, declarada en resolución firme, de las normas vigentes sobre protección del derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen, campañas electorales y difusión de sondeos y ejercicio del derecho de rectificación.
- d) La transmisión de mensajes cifrados, convencionales o de carácter subliminal.
- e) Los fallos técnicos de manera reiterada.

Además de lo anterior y en función de la gravedad del incumplimiento se podrá, apercibir al concesionario, suspender temporalmente el servicio o revocar motivadamente la concesión.

Vigésimo octava*Extinción de la concesión*

La concesión se extinguirá conforme a lo previsto en el artículo 15 de la Ley 41/1995, por cualquiera de las siguientes causas:

1. Por transcurso del plazo, sin haberse otorgado su renovación.
2. Por incumplimiento sobrevenido de los requisitos esenciales de la misma señalados en los artículos 5, 10 y 13.
3. Por sanción firme, acordada por el órgano competente.
4. Por las causas previstas en la legislación de contratos de las Administraciones públicas.
5. Por incumplimiento de los deberes de programación asumidos.
6. Por no haber iniciado, sin causa justificada, las emisiones dentro del plazo fijado en la concesión.
7. Por suspensión injustificada de las emisiones durante más de quince días en el plazo de un año.

Además, podrá declararse por revocación de la concesión.

Vigésimo novena*Fecha de inicio del servicio*

Las emisiones con tecnología digital comenzarán a los ocho meses a contar desde la adjudicación de este concurso, sin perjuicio de las posibles emisiones analógicas, a las que se refiere el apartado 5 de la Disposición Transitoria Segunda de la Ley 41/1995, de 22 de diciembre.

No obstante lo anterior y de acuerdo con lo establecido en el artículo 11 de dicha Ley, se precisará, con carácter previo, para la puesta en servicio el informe favorable de verificación de las instalaciones para la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones u órgano correspondiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La tramitación de los proyectos técnicos para su aprobación ministerial, que habrán de presentarse por duplicado, se efectuará, en todo caso, a través de la Comunidad de Madrid.

7.7. Anexo VII: Orden 298/2005, de 5 de agosto, por la que se resuelve el concurso público de licencias de TDT locales en la Comunidad de Madrid.

I. COMUNIDAD DE MADRID

D) Anuncios

Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno

Orden 298/2005, de 5 de agosto, del Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid, por la que se resuelve el concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local.

Por Orden 3019/2004, de 19 de noviembre, del Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno, se convocó concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de programas del servicio público de televisión digital terrenal local.

Por la Mesa de Contratación, a que hace referencia la Cláusula Undécima del Anexo II de la precitada Orden, se ha procedido a la evaluación de las ofertas presentadas y admitidas y a la valoración de las mismas, según el procedimiento fijado en su Cláusula Decimotercera, elevándose al Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno la correspondiente propuesta de adjudicación, en cumplimiento de lo establecido en la Cláusula Decimocuarta.

En virtud del artículo 1.1 del Decreto 148/2004, de 21 de diciembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno de la Comunidad de Madrid, corresponde al Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno la resolución del concurso.

DISPONGO

Adjudicar las siguientes concesiones:

Referencia: TL01M.

Alcalá de Henares.

Canal múltiple: 46.

1. "Libertad Digital Televisión, Sociedad Anónima".
2. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".
3. "Uniprex Televisión, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL02M.

Alcobendas.

Canal múltiple: 51.

1. "Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, Sociedad Limitada".
2. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".
3. "Uniprex Televisión, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL03M.

Aranjuez.

Canal múltiple: 21.

1. "Canal 7 de Televisión, Sociedad Anónima".
2. "Kiss TV Digital, Sociedad Limitada".
3. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL04M.

Collado Villalba.

Canal múltiple: 29.

1. "Canal 7 de Televisión, Sociedad Anónima".
2. "Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, Sociedad Limitada".
3. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL05M.

Fuenlabrada.

Canal múltiple: 42.

1. "Libertad Digital Televisión, Sociedad Anónima".
2. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".
3. "Uniprex Televisión, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencias: TL06M (Canal múltiple: 39) y TL07M (Canal múltiple: 50).

Madrid.

1. "Canal de Televisión del Arzobispado de Madrid, Sociedad Anónima".
2. "Homo Virtualis, Sociedad Anónima Unipersonal".
3. "Kiss TV Digital, Sociedad Limitada".
4. "Libertad Digital Televisión, Sociedad Anónima".
5. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".
6. "Unedisa Telecomunicaciones, Sociedad Limitada".
7. "Uniprex Televisión, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL08M.

Móstoles.

Canal múltiple: 30.

1. "Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, Sociedad Limitada".
2. "Libertad Digital Televisión, Sociedad Anónima".
5. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL09M.

Pozuelo de Alarcón.

Canal múltiple: 23.

1. "Canal 7 de Televisión, Sociedad Anónima".
2. "Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, Sociedad Limitada".
3. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL10M.

San Martín de Valdeiglesias.

Canal múltiple: 51.

1. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Referencia: TL11M.

Soto del Real.

Canal múltiple: 35.

1. "Televisión Digital Madrid, Sociedad Limitada Unipersonal".

Madrid, a 5 de agosto de 2005.

El Vicepresidente Primero
y Portavoz del Gobierno,
IGNACIO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

(03/20.902/05)

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINAS

Resolución de 9 de junio de 2005, de la Dirección General de Industria, Energía y Minas, sobre autorización administrativa de instalaciones eléctricas y aprobación del proyecto de ejecución de la instalación de una línea subterránea de 15 kV, a instalar en camino de la Poveda con vuelta a la calle A, en el término municipal de Arganda del Rey, solicitada por "Unión Fenosa, Sociedad Anónima".

**7.8. Anexo VIII: Sentencia del Tribunal Superior de Justicia nº 2326, de
26 de noviembre de 2008.**

SENTENCIA N° 2326

TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA
SALA DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
SECCION OCTAVA

Ilmos. Sres.

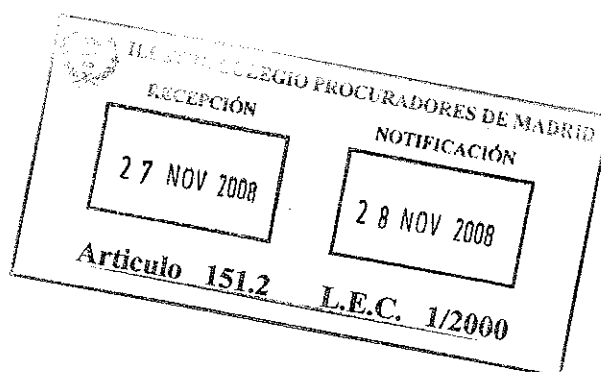
Presidente

Dña. Inés Huerta Garicano

Magistrados

D. Miguel Angel Vegas Valiente

Dña. Carmen Rodríguez Rodrigo



En la Villa de Madrid a veintiséis de noviembre de dos mil ocho

VISTO por la Sala, constituida por los Sres. Magistrados relacionados al margen, los Autos de los recursos contencioso-administrativo acumulados nº 825/05 (Sección Octava) y 1946/05 (Sección Tercera), interpuestos -respectivamente y en escritos presentados el 8 de septiembre y el 6 de octubre de 2005- por el Procurador D. Argimiro Vázquez Guillén, actuando en nombre y representación de **“LOCALIA TV MADRID, S.A.”**, **“COMUNICACIÓN Y MEDIOS AUDIOVISUALES TELE ALCALA, S.L.”** y **“PRODUCTORA DIGITAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES, S.A.”**, de una parte, y por el Procurador D. Roberto Granizo Palomeque, actuando en nombre y representación de **“TELENOROESTE, S.L.”**, de otra, contra la Orden 298/05, de 5 de agosto, del Vicente Presidente Primero y Portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid (BOCM N° 186, del día 6), por la que se resuelve el concurso público –convocado por Orden 3019/04, de 19 de noviembre- para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local.

Ha sido parte demandada la Comunidad de Madrid, representada y defendida por un Letrado de sus Servicios Jurídicos, habiéndose personado en el primero de los recursos acumulados, como codemandadas “HOMO VIRTUALIS, SAU”, representada por la Procuradora Dña. Mª José Bueno Ramírez, “UNEDISA TELECOMUNICACIONES, S.L.”, representada por el Procurador D. Javier Vázquez Hernández, “TELEVISION DIGITAL MADRID, S.L.U.”, representada por la Procuradora Dña. Alicia Martínez Villoslada y “KISS TV DIGITAL”, representada por la Procuradora Dña. Silvia Vázquez Senín.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO: Interpuesto el recurso y seguidos los trámites prevenidos por la Ley, se emplazó a las partes demandantes para que formalizaran la demanda, lo que verificaron en sendos escritos en los que, la actora del Rº 825/05 postuló una sentencia por la que se *“anule la resolución recurrida por falta de competencia del órgano que la dictó, por ser contraria a Derecho y a los pliegos de cláusulas administrativas conforme a los cuales se convocó el concurso y por fundarse en la propuesta de una Mesa de contratación que ni se ha constituido válidamente, ni ha formado su voluntad de acuerdo al ordenamiento y..declare el derecho de LOCALIA, S.A. a ser adjudicataria del concurso por tener mejor puntuación.....o Subsidiariamente....ordene la retroacción del procedimiento al momento en que se constituyó la Mesa el 19 de enero de 2005 y, en todo caso, al momento en que se hizo la propuesta de resolución al efecto de que por la Mesa prevista en la convocatoria se haga la propuesta en debida y motivada forma”*.

“TELENOROESTE, S.L.”, postuló la declaración de nulidad de la Orden impugnada.

SEGUNDO: La CAM contestó las demandas en escritos por los que solicitaba la confirmación de la Resolución recurrida, previa alegación de falta de legitimación activa de cada una de las actoras para impugnar la Orden salvo en los particulares que afectaran a las concesiones otorgadas en las demarcaciones a las que concurrieron cada una de ellas.

Las codemandadas, en igual trámite, y con similar alegación de falta de legitimación activa, instaban la desestimación del recurso.

TERCERO: Habiéndose recibido el proceso a prueba, y formulados escritos de conclusiones, quedaron las actuaciones pendientes de señalamiento.

CUARTO: Para votación y fallo del presente recurso se señaló la audiencia del día 11 de noviembre de 2008, teniendo lugar.

QUINTO: En la tramitación del presente proceso se han observado las prescripciones legales, habiendo quedado fijada en indeterminada la cuantía del pleito.

VISTOS los preceptos legales citados por las partes, concordantes y de general aplicación.

Siendo Ponente la Magistrada de la Sección Iltma. Sra. Dña. Inés Huerta Garicano.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO: Los fundamentos impugnatorios de las actoras del Rº 825/05, son básicamente: **1)** Nulidad de la Orden impugnada por no haber sido dictada por el órgano competente de acuerdo al Pliego de Condiciones del Concurso y de la Ley 1/83, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid; **2)** Nulidad de la adjudicación al fundarse en una propuesta efectuada por órgano incompetente y no estar formado por los miembros que debían integrar la Mesa de Contratación; **3)** Falta de motivación del acto recurrido e indefensión por vulneración del art. 54 de la Ley 30/92 en relación con los arts. 4 y 106 CE; **2)** Invalidez del Acuerdo de adjudicación por infracción de las reglas de funcionamiento de los órganos colegiados por no reflejarse debidamente en las actas datos relevantes de las reuniones, no haber requerido informe a órgano alguno a pesar de estar previsto en la Ley y en el Pliego de cláusulas que es la Ley del Concurso.

“TELENOROESTE” fundó su demanda en los siguientes argumentos: **1)** Falta de motivación. No ha existido valoración, ponderación o evaluación de las ofertas presentadas en función de los criterios establecidos en los Pliegos; **2)** Omisión del procedimiento legalmente establecido y de las normas de funcionamiento de los órganos colegiados: Se ha incumplido el art. 27.1 de la Ley 30/92, pues en las actas no existe mención alguna a las deliberaciones realizadas, ni si la Mesa se reunió con los requisitos exigidos en el art. 26.1 de la precitada Ley.

La CAM, en sus contestaciones de las demandas, alega la falta de legitimación activa de las actoras para impugnar cualesquiera extremos de la Orden que no estén conectados con las demarcaciones a las que concurrieron cada una de ellas, y, en cuanto al fondo, defiende la legalidad de la resolución recurrida con los siguientes argumentos: **1)** Competencia de la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno para dictar la Orden impugnada, con base en los Decretos 24/04, de 20 de diciembre y 148 y 149/04, de 21 de diciembre, con los que, expresamente, quedó derogado el Decreto 227/03,

de 24 de noviembre, vigente en la fecha de convocatoria del Concurso por Orden 3109/04, de 19 de noviembre; 2) Adecuada composición de la Mesa de Contratación (art. 18 del decreto 49/03, por el que se aprueba el Reglamento General de Contratación de la CAM, trasunto del art. 81 de la LCAP; 3) Tanto el art. 81.2 de la LCAP, como el Pliego, dejan a la Mesa la decisión de recabar informes, teniendo, por tanto, un carácter meramente potestativo; 4) No es preceptivo el Informe del Consejo Audiovisual, pues el art. 23.b) de la Ley CAM 2/01, exige dicho Informe para la elaboración de normas en la materia regulada por dicha Ley, y no estamos ante una disposición general, ni la resolución del concurso afecta al contenido sustantivo o material de la Ley, el único apartado aplicable del precepto es el d); 5) La motivación de la adjudicación de las concesiones se ha hecho por remisión al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, siendo lo usual en la práctica la motivación por remisión al pliego y la aplicación baremada de los puntos correspondientes a cada licitador, sin que el art. 88 de la LCAP exija una especial motivación; 6) En relación con los criterios de adjudicación, cita las SsTS de 21 de julio de 2000 y 17 de julio de 2001, en las que se reconoce a la Administración un conjunto de facultades discrecionales y pone de relieve que la actora se ha limitado a esgrimir –sin el imprescindible soporte probatorio, siquiera indiciario– una serie de alegaciones que cuestionan la recta actuación administrativa. En relación con la pluralidad informativa, la CAM ha considerado oportuno primar con más puntos a aquellas empresas con menor implantación efectiva en el sector de la televisión, y puntuar menos a las que venían desarrollando esa actividad, y ello para permitir la entrada de empresas diferentes a las que ya operan en el sector televisivo. La actora, en su opinión, confunde la pluralidad informativa tendente a garantizar una representación variada de diversos medios de comunicación y, por tanto, una oferta variada en la programación, con la objetividad que es una característica interna de cada medio, de difícil baremación pues, en cuanto se identifica con la imparcialidad informativa solo puede justificarse con declaración de intenciones sin ningún valor en la práctica. Es por ello que el criterio a puntuar no es la propuesta de objetividad editorial de cada uno de los licitadores, sino el que tiende a asegurar la existencia de variedad de medios de comunicación en la región, lo que se traducirá en una oferta plural y variada de programación.

Las codemandadas, básicamente y con mayor concisión se pronunciaron en similares términos.

SEGUNDO: Como antecedentes a tomar en consideración para la resolución de este pleito hay que destacar los siguientes:

- a) Por Orden 3019/04, de 19 de noviembre del Excmo. Sr. Consejero de Presidencia de la CAM (BOCM del día 22), se convocó concurso público para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local por particulares, con aprobación del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares por las que habría (sin que conste impugnación de clase alguna) de regirse.
- b) El apartado Tercero del Pliego (Anexo II), como régimen jurídico aplicable, cita a Ley 41/95, de 22 de diciembre, de Televisión Local por ondas terrestres, la parte vigente de la Ley 31/87, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, con la redacción dada a su art. 66 por la Ley 15/99, la Ley 34/88, de 11 de noviembre, General de Publicidad, Ley 25/94, de 22 de julio, por la que se incorpora la Directiva 89/552/CE, sobre coordinación de disposiciones en materia de radiodifusión televisiva, **arts 19 y 26 de la Ley 10/88**, de Televisión Privada, Ley 32/03, General de Telecomunicaciones, Real Decreto Legislativo 2/2000 y el Real Decreto 1098/2001, Decreto CAM 49/03, Ley CAM 2/01, de 18 de abril, Real Decreto 439/04, de 12 de marzo y el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.
- c) La Cláusula Quinta, apartado d) del Pliego, respecto de las sociedades participantes en el concurso, exige que en sus solicitudes deberán explicitar, entre otros extremos y por lo que a este recurso interesa: “*no estar incurso en las limitaciones establecidas en el art. 19 de la Ley 10/1988, de 3 de*

mayo, de Televisión Privada, modificada por la disposición adicional trigésimo segunda e la Ley 62/2003, de 30 de diciembre.....”.

- d) Su Cláusula Novena dispone: *“En la elaboración de la documentación del sobre 3, los licitadores tendrán en cuenta especialmente aquellas actuaciones que favorezcan y permitan conseguir los siguientes objetivos: 1.La salvaguarda de la pluralidad informativa.....”.*
- e) La Cláusula Decimotercera: Procedimiento de evaluación, establece: *“Cada oferta será calificada mediante la siguiente puntuación y de acuerdo con los criterios que se detallan: 1. La pluralidad de la oferta informativa: Hasta un máximo de 10 puntos; 2. La información específica de la demarcación correspondiente a cada proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos. 3. Viabilidad económica del proyecto: Hasta un máximo de 10 puntos. 4. Viabilidad técnica del proyecto: hasta un máximo de 10 puntos.....”.*
- f) La Decimonovena, relativa al Plazo de la concesión: *“.....se otorgará por un plazo de cinco años prorrogables en los términos establecidos en el art. 14 de la Ley 41/95, de 22 de diciembre.....”.*
- g) La Cláusula Vigésimo primera, apartado 1, entre las obligaciones del concesionario, establece la de *“Difundir los programas de TDTL a través de la empresa seleccionada por concurso público para facilitar la infraestructura técnica del canal multiplex para la prestación del servicio portado- difusor....”.*
- h) “LOCALIA” licitó para la demarcación de Madrid, “TELEALCALA” para la de Alcalá de Henares, “PRODUCTORA DIGITAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES” se presentó en las demarcaciones de Alcobendas, Aranjuez, Collado Villaba, Fuenlabrada, Móstoles y Pozuelo de Alarcón y “TELENOROESTE” concursó para la demarcación de Collado Villalba.
- i) Por Orden 298/05, de 5 de agosto, se resolvió el concurso.

TERCERO: Como primera cuestión, y respecto de la extensión de la legitimación de las actoras, en sintonía con el criterio plasmado en las contestaciones de la demanda, hemos afirmando en precedentes sentencias que las distintas demandantes solo tienen legitimación para impugnar la adjudicación de las concesiones otorgadas en las demarcaciones en las que concurrieron y que han quedado reseñadas en el apartado h) del Fundamento precedente, por lo que, únicamente, serán abordados los argumentos impugnatorios que tengan relación con la adjudicación de dicha demarcación, si bien, por lo que más adelante se dirá, la decisión jurisdiccional va a afectar “in totum” a la Orden recurrida.

En cuanto al fondo, hay dos grande bloques de argumentos impugnatorios en los dos recursos: los encaminados a acreditar la existencia de defectos formales sustanciales y los dirigidos a poner de manifiesto la inexistencia o insuficiencia de la motivación.

CUARTO: Respecto de los primeros y siguiendo el orden marcado en los escrito de demanda, En sintonía con el Decreto 60/04, de 15 de abril, cuyo art. 1 establecía:

“1. Corresponde al Vicepresidente Primero, Portavoz y Consejero de Presidencia la coordinación e impulso de la política general del Gobierno tanto en el ámbito interno de la Comunidad como en las relaciones de ésta con otras Administraciones. Le corresponde, además, la dirección y coordinación de la política informativa de la Comunidad de Madrid, las relaciones con los medios de comunicación y las funciones de portavoz del Gobierno.

2. Específicamente, el Consejero de Presidencia tiene atribuido el desarrollo, la coordinación y el control de la ejecución de las políticas del Gobierno en las siguientes materias: Cooperación con el Estado; trasposos de funciones y servicios estatales y propuesta de adscripción a la Consejería que corresponda; asuntos europeos; sector audiovisual y sociedad de la información y el conocimiento; y Administración Local, de acuerdo con su normativa específica.....”,

vigente en la fecha de la Orden de convocatoria del concurso (Orden 3019/04, de 19 de noviembre), la Cláusula Primera del Pliego estableció que el órgano de contratación sería el Vicepresidente Primero, Portavoz del Gobierno y Consejero de Presidencia.

Sin embargo en la fecha en la que se resolvió el concurso -5 de agosto de 2005- se habían separado (Decreto de la Presidenta de la Comunidad de Madrid 24/04, de 20 de diciembre) la Consejería de Presidencia y la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno. El Decreto 148/04, de 21 de diciembre de 2004, por el que se establece la estructura y competencias de esa Vicepresidencia Primera y Portavocía, dispuso en su art. 1.1: *“1. Corresponde al Vicepresidente Primero y Portavoz del Gobierno la coordinación e impulso de la política general del Gobierno tanto en el ámbito interno de la Comunidad como en las relaciones de ésta con otras Administraciones. Como titular de la Consejería le corresponde, además, la dirección y coordinación de la política informativa de la Comunidad de Madrid, las relaciones con los medios de comunicación, las competencias audiovisuales y de la sociedad de la información y del conocimiento, y las funciones de Portavoz del Gobierno”*. Su Disposición Derogatoria Unica derogó las normas previas (singularmente los Decretos, 61/03, de 21 de noviembre, 227/03, de 24 de noviembre, 60/04, de 15 de abril y 113/04, de 29 de julio) en lo relativo a la estructura y competencias de esta Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno, como la Derogatoria Unica del Decreto 149/04, de 21 de diciembre, lo hizo respecto de la Consejería de Presidencia. Consiguientemente, la competencia para resolver el concurso, al haberse desgajado en dos Consejerías, la designada en la Cláusula Primera, era la Vicepresidencia Primera y Portavocía que, como titular de la Consejería, había retenido las competencias en la materia que aquí nos ocupa. No existe, pues, incompetencia de clase alguna y, en todo caso, los Decretos a los que se acaba de aludir no fueron, en su momento, impugnados y, en consecuencia, devinieron firmes.

La Mesa de Contratación estaba integrada (apartado Cuarto de la Orden de convocatoria) por el Secretario General del Consejo de Gobierno, Secretario General Técnico de la Consejería de Presidencia, Director General de los Servicios Jurídicos, Interventor Delegado de la Consejería de Presidencia, Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión y Técnico de Apoyo del Servicio de Radiodifusión y Televisión que actuaría como Secretario de la Mesa.

Según el Acta (documento nº 3 del expediente), la Mesa de Contratación se reunió el 19 y 21 de enero de 2005 para la apertura del sobre 1 (documentación administrativa), estando integrada por : 1) Secretario General del Consejo de Gobierno; 2) Secretario General Técnico de la Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno; 3) Interventora Delegada; 4) Letrado; 5) Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión, y, 6) Técnico de Apoyo del Servicio de Radiodifusión y Televisión como Secretario de la Mesa.

Según el Acta (documento nº 4) de 28 de enero, La Mesa se reunió el día 26 de dicho mes para la apertura del sobre 2 (oferta técnica), estando integrada por todos los que se acaban de mencionar, salvo el Jefe de Servicio de Radiodifusión y Televisión.

Según Acta (documento nº 5) la Mesa –integrada en igual número que la 26 de enero- se reunió el 1 de abril para valoración de las ofertas, constando que se están estudiando las ofertas, pero dado su volumen, es preciso contar con un mayor plazo para unificar criterios de valoración en las distintas demarcaciones.

En el Acta (documento nº 6) de la reunión de la Mesa de 4 de agosto, en la que se aprobaron por unanimidad las adjudicaciones, elevando la oportuna propuesta, estuvieron los mismos miembros que en las reuniones de 26 de enero y 1 de abril, salvo el Letrado Sr. Anega Peñaranda que fue sustituido por la también Letrada Sra. Hernáez Salguero.

En todas las sesiones (salvo la primera a la que concurrieron todos) han concurrido cinco de los seis miembros de la Mesa –está acreditado que desde el 19 de enero de 2005 hasta el 3 de mayo del mismo año, estuvo de baja por incapacidad temporal el Jefe de Servicio de Radiodifusión y Televisión-, y siempre el Presidente y el Secretario, por lo que el “quórum” del art. 26.1 de la Ley 30/92 ha sido en todo momento observado.

Es claro, además, que si se han desgajado, por lo que más arriba hemos dicho, en dos Consejerías (Vicepresidencia Primera y Portavocía del Gobierno y Presidencia), las que en el momento de la convocatoria estaban refundidas en una, asumiendo las competencias

en esta materia la primera de ellas, es obligado que el Secretario General Técnico al que se aludía en la Orden debería ser el de la Consejería de la Vicepresidencia y Portavocía (no el de la Consejería de Presidencia) que es la que retenía estas competencias y que fue el que se integró en la Mesa.

La ausencia del Director General de los Servicios Jurídicos de la CAM y su sustitución por un miembro del Cuerpo de Letrados de la CAM es, a juicio de esta Sala y Tribunal, una irregularidad formal no invalidante en la medida que su presencia no podía tener otra finalidad que el asesoramiento jurídico de la Mesa, asesoramiento que podía, ciertamente, ser ofrecido por uno de los Letrados que integran el Cuerpo de Letrados de la CAM, si bien conviene llamar la atención de que, si, como parece y así entiende la Sala, esa era la finalidad de su intervención, no debió designarse “nominatim”, como integrante de la Mesa, al Director General de los Servicios Jurídicos de la CAM, sino a un Letrado de dichos Servicios Jurídicos.

Por último, y en relación con la ausencia del Jefe del Servicio de Radiodifusión y Televisión, en situación de baja por enfermedad, no cabe inferir una defectuosa preparación técnica de la Mesa en la medida que su presencia, siempre que se respetara el “quórum” imprescindible, no era imprescindible para la validez de los acuerdos y de la propuesta a diferencia de lo que ocurre con el Presidente y Secretario de la Mesa.

Por todo lo dicho no cabe apreciar vicio anulatario en la actuación formal de la Mesa de Contratación.

Tampoco la parquedad de las Actas supone infracción de las reglas de funcionamiento de la Mesa pues no existe precepto alguno que predetermine su contenido.

La solicitud de informes, como destaca la CAM en la contestación de la demanda, tanto en el Pliego como en la Ley, es meramente potestativa (“podrá” dice el art. 81.2 del Real Decreto Legislativo 2/00, de 16 de junio, por el que se aprueba el Texto Refundido de

la de Contratos de las Administraciones Públicas)

QUINTO: Por último, y para cerrar el bloque de impugnaciones formales de los dos recursos, como ya hemos en dicho en otras Sentencias sobre el mismo tema, el art. 23 de la Ley CAM 2/01 no exige, en supuestos como el de autos, informe preceptivo del Consejo Audiovisual de la CAM, dado el tenor literal del precepto: *“Corresponden al Consejo las siguientes funciones: a) Asesorar al Gobierno de la Comunidad de Madrid en la materia regulada por esta Ley. b) Emitir informe con carácter preceptivo en los procedimientos de elaboración de normas que afecten a la materia regulada por la presente Ley. En el caso de la elaboración de los reglamentos, con su informe se entenderá cumplido el trámite de audiencia a los interesados previsto en la Ley estatal 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. c) Emitir los informes facultativos que le solicite el Gobierno de la Comunidad y los informes y propuestas que el Consejo juzgue conveniente por propia iniciativa. d) Ser informado de los títulos habilitantes que conceda el Gobierno de la Comunidad de Madrid para la prestación de servicios audiovisuales. e) Recoger las demandas y sugerencias de los usuarios de los medios audiovisuales y mantener una relación constante y fluida con el ciudadano, los profesionales del sector y las asociaciones y entidades interesadas. f) El Consejo velará por el cumplimiento de los preceptos establecidos en esta Ley, y en particular, por el respeto por el pluralismo y los derechos fundamentales y el debido a la infancia y derechos del menor, así como a los asuntos relativos a la publicidad, a los contenidos y a las emisiones publicitarias”*.

La única obligación con respecto a dicho Consejo es la que deriva del apartado d) del precedente texto legal: *“Ser informado de los títulos habilitantes que conceda el Gobierno de la Comunidad de Madrid para la prestación de servicios audiovisuales”*.

SEXTO: En cuanto a la motivación, la adjudicación se ha realizado tras la baremación de las distintas propuestas en relación con los diez criterios de valoración establecidos por la Cláusula Decimotercera del Pliego de Condiciones Particulares –más arriba transcrita-, aprobado por la Orden 3019/04, de 19 de noviembre (BOCAM del día

22), de convocatoria del concurso, consentida por las actoras, y que constituye la “ley” del concurso, sin que, en razón de su firmeza, pueda ya ser susceptible de impugnación dada su naturaleza de acto administrativo (plúrimo, en cuanto dirigido a una pluralidad indeterminada de personas), no de disposición general. Por tanto y en la medida que asumieron el sistema de baremación y valoración no cabe ya objeción alguna acerca de su legalidad.

Conforme a la ya citada Cláusula Decimotercera del Pliego, la decisión viene reflejada por la puntuación obtenida por cada una de las licitadoras y dicha puntuación (siempre que no sea arbitraria) constituye el “núcleo duro” de la discrecionalidad técnica de la Administración, inmune a la revisión jurisdiccional, ya que lo contrario supondría sustituir la apreciación (opinable) de aquélla por la apreciación (igualmente opinable) del Juez, auxiliado —o no— por un Perito, prevaleciendo esta última, única y exclusivamente, por su posición institucional, sin que la opinabilidad de ambas apreciaciones autorice, a juicio de esta Sala y Sección, a sustituir la valoración inicial de la Administración, **a menos que “grosso modo” se advirtiesen errores materiales evidentes y sustanciales o una clara arbitrariedad.**

Ahora bien, la mera expresión numérica —legalmente irreproachable— es totalmente insuficiente para conocer si los criterios de valoración han sido correctamente apreciados, de ahí que el art. 88.1 TRLCAP disponga textualmente: *“La Mesa de Contratación calificará previamente los documentos presentados en tiempo y forma, procederá, en acto público, a la apertura de las proposiciones presentadas por los licitadores y las elevará, con el acta y la propuesta que estime pertinente, que **incluirá, en todo caso,** la ponderación de los criterios indicados en los pliegos de cláusulas administrativas particulares al órgano de contratación que haya de efectuar la adjudicación del concurso”.*

Esa explicitación de la ponderación, además de ir encaminada a ilustrar al órgano decisor respecto de la forma en la que la Mesa -órgano de carácter técnico que auxilia al órgano de contratación- ha aplicado los criterios valorativos reflejados en el Pliego,

elemento de juicio necesario para valorar la pertinencia de la Propuesta “in genere” y, consiguientemente, asumirla o rechazarla, constituye también la motivación de la Resolución decisoria del concurso cuando asume dicha Propuesta. Motivación que, además y en caso de impugnación, permitirá al órgano jurisdiccional valorar si los parámetros interpretativos aplicados por la Mesa se ajustan a los criterios de valoración establecidos en el Pliego (en este caso en la Cláusula Decimotercera), posibilitando una revisión global de dicha actuación.

Esta ponderación de los criterios valorativos del Pliego –que ha de acompañar a la Propuesta- resulta imprescindible, aún más, en supuestos como el de autos donde algunos de los criterios de valoración establecidos en la Cláusula Decimotercera del Pliego permiten interpretaciones diversas, indiferentes jurídicamente en muchos casos, y ello porque aún cuando la elección entre esos posibles indiferentes jurídicos corresponda a la Administración –elección que quedará extramuros de la revisión jurisdiccional, salvo que resulte arbitraria o notoriamente errónea-, el control jurisdiccional encaminado a excluir todo atisbo de arbitrariedad o error manifiesto en la decisión impugnada ha de operar necesariamente sobre esa “*ponderación de criterios indicados en los Pliegos....*”, motivación mínima imprescindible, justificativa de la baremación numérica, con la que el Legislador trata de garantizar ese control jurisdiccional.

La Mesa de Contratación, sin embargo, al elevar su Propuesta no acompañó tal ponderación, desconociendo la Sala -y presumiblemente también el órgano de contratación que la hizo suya- los parámetros interpretativos de los criterios de valoración con arreglo a los cuales la Mesa baremó las distintas Propuestas, lo que impide formar la convicción del Tribunal acerca de la legalidad de las adjudicaciones impugnadas, imposibilitando, consiguientemente, el control jurisdiccional.

Esta ausencia de la motivación genérica justificativa de la actuación de la Mesa de Contratación, ha de conducir a la anulación de la Orden impugnada, con retroacción de actuaciones (en la medida que no puede afirmarse –ni negarse- que los parámetros

interpretativos de cada uno de los diez criterios de valoración establecidos en el Pliego con arreglo a los cuales ha realizado la baremación la Mesa de Contratación respondan a una correcta aplicación de los mismos) al momento inmediato anterior a la elevación de la Propuesta para que, con ella, se eleve esa ponderación de los criterios recogidos en la Cláusula Decimotercera del Pliego realizada por la Mesa para que, a su vista y con libertad de criterio, el órgano contratante adopte la decisión que estime procedente. Con este pronunciamiento se acoge la petición subsidiaria del Suplico de la demanda de “LOCALIA, S.A.” y parcialmente la de “TELENOROESTE, S.L.”.

No cabe, sin embargo, acoger su pretensión principal en orden al mejor derecho de “LOCALIA”, y ello porque para poder enjuiciar si la baremación otorgada a las propuestas rechazadas, en relación con la/s beneficiadas por el concurso, y calificar, en su caso, de arbitraria la baremación concreta de la licitadoras concernidas, además de ser imprescindible esa primigenia motivación inicial (“*ponderación de los criterios*”), sería también necesario que la actora hubiera hecho uso del derecho que le otorga el art. 93.5 del TRCAP, que faculta a quien ha visto rechazada su propuesta a instar del órgano de contratación la concreción de esa motivación en relación con su propuesta, imprescindible tanto para ponderar la pertinencia de su impugnación, como para suministrar al órgano jurisdiccional, en su caso, los elementos de juicio necesarios para un pronunciamiento al respecto.

Textualmente el precepto dispone:”5. *Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados anteriores, el órgano de contratación comunicará a todo candidato o licitador rechazado que lo solicite, en el plazo de quince días a partir de la recepción de la solicitud, los motivos del rechazo de su candidatura o de su proposición y las características de la proposición del adjudicatario determinantes de la adjudicación a su favor, observándose respecto de la comunicación lo dispuesto en el apartado anterior*”.

Por tanto, el control jurisdiccional de la concreta baremación obtenida por la actora con referencia a las adjudicatarias exige, inexcusablemente, **la concreción de esa**

Rº 825/05
Registro General 8744/05

motivación genérica que ha de acompañar a la propuesta de la Mesa, sin la que será imposible —en la mayoría de los concursos y, desde luego, en el de autos- conocer los parámetros que han determinado la mayor puntuación de las adjudicatarias frente a la actora.

Y esa concreción de la motivación **en cada caso**, justificativa de la puntuación obtenida, la configura el Legislador como un derecho de todo el que ha visto rechazada su proposición, **pero supeditado a su ejercicio por el interesado**.

SEPTIMO: Los razonamientos precedentes llevan a la estimación parcial de los recursos, sin que proceda hacer expreso pronunciamiento en materia de costas, según el tenor del art. 139.1 de la Ley de la Jurisdicción.

FALLAMOS

Que **ESTIMANDO** los recursos contencioso-administrativo acumulados nº 825/05 (Sección Octava) y 1946/05 (Sección Tercera), interpuestos, respectivamente y en escritos presentados el 8 de septiembre y el 6 de octubre de 2005, por el Procurador D. Argimiro Vázquez Guillén, actuando en nombre y representación de “**LOCALIA TV MADRID, S.A.**”, “**COMUNICACIÓN Y MEDIOS AUDIOVISUALES TELE ALCALA, S.L.**” y “**PRODUCTORA DIGITAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES, S.A.**”, de una parte, y por el Procurador D. Roberto Granizo Palomeque, actuando en nombre y representación de “**TELENOROESTE, S.L.**”, de otra, contra la Orden 298/05, de 5 de agosto, del Vicente Presidente Primero y Portavoz del Gobierno de la Comunidad de Madrid (BOCM nº 186, del día 6), por la que se resuelve el concurso público (convocado por Orden 3019/04, de 19 de noviembre) para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas del servicio público de la televisión digital terrenal local, **ANULAMOS la precitada Orden, CON RETROACCION DE ACTUACIONES AL MOMENTO INMDEIATO**

R° 825/05
Registro General 8744/05

ANTERIOR A LA ELEVACIÓN DE LA PROPUESTA, PARA QUE, POR LA MESA DE CONTRATACIÓN, y en el plazo de un mes desde la fecha de notificación de esta Sentencia, SE ACOMPAÑE A DICHA PROPUESTA LA PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS RECOGIDOS EN LA CLAUSULA DECIOTERCERA DEL PLEIGO con arreglo a los cuales ha realizado la baremación y, a su vista, con libertad de criterio y en el plazo máximo de otro mes, EL ORGANO DE CONTRATACION ADOPTA LA DECISION QUE ESTIME PROCEDENTE. Sin costas.

Esta Resolución, dado que la cuantía del pleito se fijó en indeterminada, no es firme y frente a ella cabe interponer recurso de casación que se preparará, mediante escrito presentado en la Secretaría de esta Sección (art. 89 LJCA), en el plazo de **diez días**, computados desde el siguiente al de la notificación de esta resolución.

Así por esta nuestra sentencia, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.

PUBLICACIÓN: En el mismo día de su fecha, fue leída y publicada la anterior sentencia por la Magistrado Ponente Iltna. Sra. Dña. Inés Huerta Garicano, estando celebrando audiencia pública esta Sección, de lo que como Secretario de la misma. Doy fe.

TRIBUNAL SUPERIOR DE JUSTICIA
Sala de lo Contencioso-Administrativo
Sección : 008
MADRID

01012

GENERAL CASTAÑOS 1

Número de Identificación Único: 28079 3 0035727 /2005

PROCEDIMIENTO ORDINARIO 0000825 /2005

01

Recurrente: D/ña. COMUNICACION Y MEDIOS AUDIOVISUALES, S.A.,
COMUNICACIONES Y MEDIOS AUDIOVISUALES TELE ALCALA, S.L. ,
TELENOROESTE , LOCALIA TV MADRID, S.A.

SENTENCIA 2326

NOTIFICACION .- En MADRID a .

Con esta fecha en la Sede del Salón de Procuradores se
notifica la anterior resolución de fecha veintiseis de
Noviembre de dos mil ocho, al:

PROCURADOR D/Dña. ARGIMIRO VAZQUEZ GUILLEN

En forma legal con entrega de copia literal, haciéndole saber
los recursos que caben contra ella. Enterado y notificado
firma en prueba de conformidad. Doy fe.

COLEGIO PROCURADORES DE MADRID	
RECEPCIÓN	NOTIFICACIÓN
27 NOV 2008	28 NOV 2008
Artículo 151.2 L.E.C. 1/2000	